

Zwischenbericht

Januar–Juni 2011

Positive Impulse durch globale NIVEA-Offensive



Inhalt

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

Zwischenlagebericht Konzern

- 06 Ertragslage Konzern
- 08 Ertragslage Unternehmensbereiche
- 12 Vermögenslage Konzern
- 13 Finanzlage Konzern, Mitarbeiter
- 14 Sonstige Angaben, Chancen und Risiken
- 15 Ausblick 2011

Zwischenabschluss Konzern

- 16 Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung
- 17 Bilanz
- 18 Kapitalflussrechnung
- 19 Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 20 Ausgewählte Anhangangaben
- 21 Versicherung des Vorstands
- 22 Finanzkalender
- 23 Impressum

Höhepunkte im zweiten Quartal



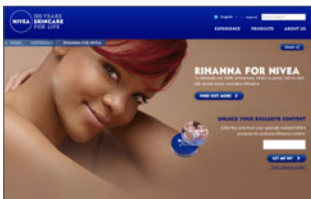
Veränderung in der Vorstandsfunktion Brands & Supply Chain

Ralph Gusko, 50, übernahm zum 1. Juli die Vorstandsfunktion Brands & Supply Chain. Seit über 22 Jahren arbeitet er bei Beiersdorf in Bereichen der zentralen Markenführung sowie als Geschäftsführer in Asien und Nordeuropa. Sein Vorgänger Markus Pinger hat das Unternehmen Ende Juni auf eigenen Wunsch verlassen.



Jubiläumsfahrt zum 100. Geburtstag von NIVEA: Die „Skin Journey“

Zur gebührenden Feier von 100 Jahren NIVEA fand am 9./10. Mai die „Skin Journey“ auf dem NIVEA-„Wohlfühl-Schiff“ statt. 900 Konsumenten und Journalisten aus aller Welt kamen in Hamburg zusammen. Zahlreiche Multimedia-Ausstellungen, Vorträge und interaktive Mitmach- und Wellness-Angebote boten den Gästen die einmalige Möglichkeit, NIVEA hautnah zu erleben.



NIVEA startet weltweite Digital-Kampagne „Hautpflege fürs Leben“

Im Rahmen der weltweiten NIVEA-Kampagne wird ein digitales und interaktives Markenerlebnis für die Konsumenten geschaffen. Etablierte Markenbestandteile wie die NIVEA-Cremedose und klassische Elemente der „Hautpflege fürs Leben“-Kampagne werden neben Weltstar Rihanna die aufmerksamkeitsstarken digitalen Aktivitäten stützen. Beiersdorf hat Sängerin Rihanna mit ihrem Lied „California King Bed“ als Stimme für die Jubiläumskampagne verpflichtet.



NIVEA FOR MEN Kampagne mit Jogi Löw geht in die Verlängerung

Am 2. Mai startete die erfolgreiche NIVEA FOR MEN Kampagne aus dem Weltmeisterschaftsjahr 2010 zum zweiten Mal mit Fußball-Bundestrainer Joachim Löw. Parallel zum TV-Spot findet eine umfangreiche deutschlandweite Verbraucheraktion im Handel statt. Die zukünftige Zusammenarbeit soll die Nummer-1-Position von NIVEA FOR MEN auch in Zukunft weiter stärken und ausbauen.

Zum Titel

Positive Impulse durch globale NIVEA-Offensive

Mit der Zukunftsoffensive zum 100. Geburtstag von NIVEA hat Beiersdorf im zweiten Quartal positive Impulse im Handel und bei den Konsumenten gegeben. Die NIVEA-Kampagne wird im Jahr 2011 international in vielen Ländern öffentlichkeitswirksam umgesetzt. Der Titel zeigt die russische Kampagne, die auf großformatigen Postern in Moskau die Innenstadt schmückte.

Geschäftsentwicklung im Überblick

Positive Impulse durch globale NIVEA-Offensive

- » Umsatzentwicklung im Konzern bei +2,6 %
- » Consumer-Geschäft wächst um 1,3 %
- » tesa weiterhin mit starkem Wachstum (+9,8 %)
- » Konzernergebnis nach Steuern bei 258 Mio. €

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2011

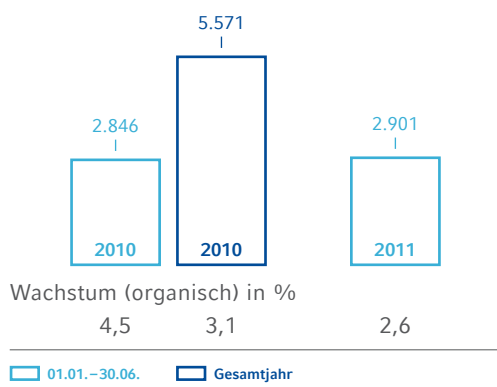
- » Umsatz im Bereich Consumer auf Höhe des Vorjahres
- » Consumer EBIT Umsatzrendite bei 10 bis 11 %
- » Umsatzwachstum tesa leicht über Markt
- » tesa EBIT Umsatzrendite deutlich über 11 %

Beiersdorf auf einen Blick*

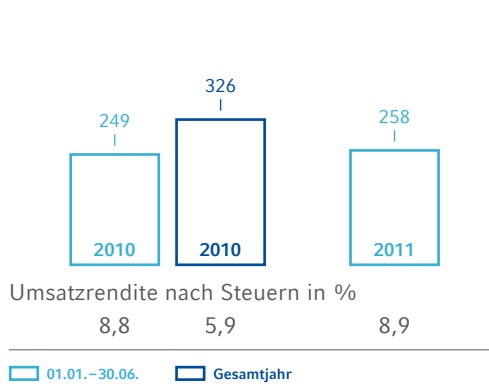
| | | 01.01.–30.06.2010 | 01.01.–30.06.2011 |
|----------------------------------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| Umsatz Konzern | (in Mio. €) | 2.846 | 2.901 |
| Veränderung zum Vorjahr (organisch) | (in %) | 4,5 | 2,6 |
| Umsatz Consumer | (in Mio. €) | 2.417 | 2.431 |
| Veränderung zum Vorjahr (organisch) | (in %) | 2,6 | 1,3 |
| Umsatz tesa | (in Mio. €) | 429 | 470 |
| Veränderung zum Vorjahr (organisch) | (in %) | 18,8 | 9,8 |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) | (in Mio. €) | 385 | 350 |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | (in Mio. €) | 385 | 349 |
| Ergebnis nach Steuern | (in Mio. €) | 249 | 258 |
| Umsatzrendite nach Steuern | (in %) | 8,7 | 8,9 |
| Ergebnis je Aktie | (in €) | 1,08 | 1,12 |
| Brutto-Cashflow | (in Mio. €) | 309 | 264 |
| Investitionen | (in Mio. €) | 39 | 34 |
| Aufwendungen für Forschung und Entwicklung | (in Mio. €) | 74 | 79 |
| Mitarbeiter | (Anzahl am 30.06.) | 21.695 | 17.897 |

*Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

Umsatz Konzern (in Mio. €)



Ergebnis nach Steuern (in Mio. €)



Segmente im Überblick

Geschäftsentwicklung nach Unternehmensbereichen*

| Umsatz (in Mio. €) | 01.04.–30.06.2010 | | 01.04.–30.06.2011 | | 01.01.–30.06.2010 | | 01.01.–30.06.2011 | | Veränderung in % | |
|------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|------------|
| | | Anteil in % | | Anteil in % | | Anteil in % | | Anteil in % | nominal | organisch |
| Consumer | 1.244 | 85,0 | 1.259 | 84,2 | 2.417 | 84,9 | 2.431 | 83,8 | 0,6 | 1,3 |
| tesa | 220 | 15,0 | 236 | 15,8 | 429 | 15,1 | 470 | 16,2 | 9,5 | 9,8 |
| Gesamt | 1.464 | 100,0 | 1.495 | 100,0 | 2.846 | 100,0 | 2.901 | 100,0 | 1,9 | 2,6 |
| EBITDA (in Mio. €) | 01.04.–30.06.2010 | | 01.04.–30.06.2011 | | 01.01.–30.06.2010 | | 01.01.–30.06.2011 | | Veränderung in % | |
| | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | nominal | |
| Consumer | 190 | 15,4 | 182 | 14,4 | 375 | 15,5 | 337 | 13,9 | -10,4 | |
| tesa | 40 | 18,1 | 34 | 14,5 | 71 | 16,5 | 70 | 14,8 | -1,9 | |
| Gesamt | 230 | 15,8 | 216 | 14,4 | 446 | 15,7 | 407 | 14,0 | -9,1 | |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sonder-effekte)** (in Mio. €) | 01.04.–30.06.2010 | | 01.04.–30.06.2011 | | 01.01.–30.06.2010 | | 01.01.–30.06.2011 | | Veränderung in % | |
| | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | nominal | |
| Consumer | 166 | 13,4 | 156 | 12,4 | 327 | 13,5 | 294 | 12,1 | -10,3 | |
| tesa | 33 | 15,2 | 27 | 11,6 | 58 | 13,6 | 56 | 11,9 | -4,0 | |
| Gesamt | 199 | 13,6 | 183 | 12,3 | 385 | 13,5 | 350 | 12,0 | -9,4 | |
| Brutto-Cashflow (in Mio. €) | 01.04.–30.06.2010 | | 01.04.–30.06.2011 | | 01.01.–30.06.2010 | | 01.01.–30.06.2011 | | Veränderung in % | |
| | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | nominal | |
| Consumer | 146 | 11,7 | 116 | 9,2 | 253 | 10,5 | 213 | 8,7 | -15,9 | |
| tesa | 31 | 14,3 | 25 | 10,8 | 56 | 13,0 | 51 | 10,9 | -8,0 | |
| Gesamt | 177 | 12,1 | 141 | 9,4 | 309 | 10,9 | 264 | 9,1 | -14,5 | |

Geschäftsentwicklung nach Regionen

| Umsatz (in Mio. €) | 01.04.–30.06.2010 | | 01.04.–30.06.2011 | | 01.01.–30.06.2010 | | 01.01.–30.06.2011 | | Veränderung in % | |
|------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|------------------|------------|
| | | Anteil in % | | Anteil in % | | Anteil in % | | Anteil in % | nominal | organisch |
| Europa | 930 | 63,5 | 965 | 64,5 | 1.833 | 64,4 | 1.846 | 63,6 | 0,7 | 0,4 |
| Amerika | 220 | 15,0 | 233 | 15,6 | 426 | 15,0 | 462 | 15,9 | 8,4 | 12,8 |
| Afrika/Asien/Australien | 314 | 21,5 | 297 | 19,9 | 587 | 20,6 | 593 | 20,5 | 1,0 | 1,8 |
| Gesamt | 1.464 | 100,0 | 1.495 | 100,0 | 2.846 | 100,0 | 2.901 | 100,0 | 1,9 | 2,6 |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sonder-effekte)** (in Mio. €) | 01.04.–30.06.2010 | | 01.04.–30.06.2011 | | 01.01.–30.06.2010 | | 01.01.–30.06.2011 | | Veränderung in % | |
| | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | | in % vom Umsatz | nominal | |
| Europa | 167 | 18,0 | 163 | 16,9 | 325 | 15,2 | 300 | 16,2 | -7,9 | |
| Amerika | 13 | 6,0 | 14 | 5,8 | 32 | 7,6 | 35 | 7,5 | 6,3 | |
| Afrika/Asien/Australien | 19 | 6,1 | 6 | 2,4 | 28 | 4,9 | 15 | 2,7 | -44,6 | |
| Gesamt | 199 | 13,6 | 183 | 12,3 | 385 | 13,5 | 350 | 12,0 | -9,4 | |

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

** Für Details zu den Sondereffekten siehe Seite 7.

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

Die Beiersdorf Aktie

Der Kurs der Beiersdorf Aktie war im zweiten Quartal 2011 geprägt durch einen insgesamt stabilen Verlauf. Im Vorfeld der Veröffentlichung der Zahlen des ersten Quartals am 5. Mai tendierte unsere Aktie zunächst schwächer, denn die Erwartungen des Marktes an den Geschäftsverlauf waren nach der Ankündigung des umfangreichen Maßnahmen- und Investitionspakets im Dezember des Vorjahres gedämpft. Die Veröffentlichung der Zahlen und die Erläuterungen des Managements zur strategischen Neuausrichtung wurden allerdings gut aufgenommen und hatten eine nachhaltig stützende Wirkung auf den Kursverlauf.

Die Neuausrichtung des Markenauftritts von NIVEA sowie die organisatorischen Veränderungen im Vorstand standen auch im Mittelpunkt zahlreicher Gespräche mit Investoren auf mehreren internationalen Konferenzen sowie in der Unternehmenszentrale in Hamburg. Informationsbedarf bestand vor allem hinsichtlich der gegenwärtigen strategischen Übergangsphase und bezüglich der weiteren Entwicklung des aktuellen Geschäftsjahres.

Der Kurs unserer Aktie näherte sich im Juni auf indizierter Basis dem Verlauf des DAX an und schloss am 30. Juni bei 44,75 €.

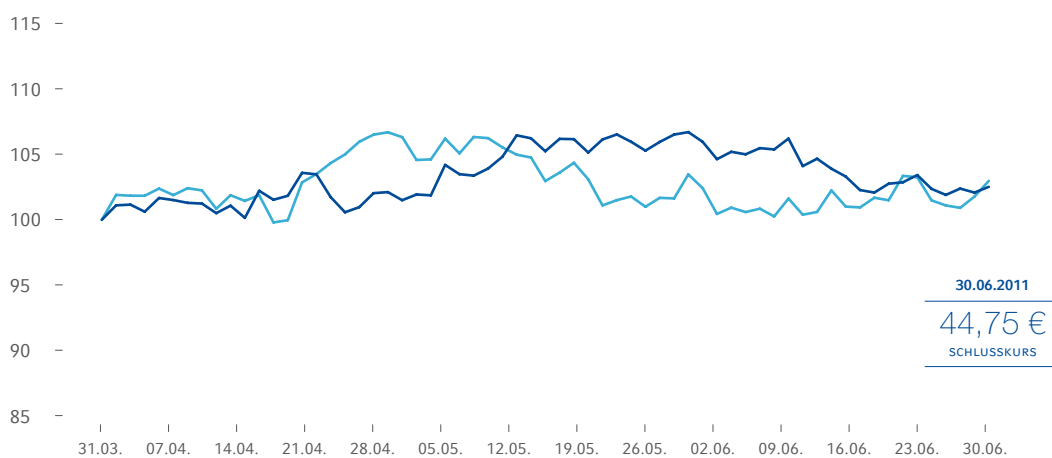


Beiersdorf.de/
IR

Entwicklung der Beiersdorf Aktie im Zeitraum April – Juni 2011

Relative Veränderung in %

Beiersdorf DAX



Zwischenlagebericht Konzern

Ertragslage Konzern

- » Umsatzentwicklung Konzern bei +2,6 %
- » EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) bei 12,0 %
- » Ergebnis nach Steuern erhöht sich auf 258 Mio. €

Der Konzernumsatz liegt im ersten Halbjahr um 2,6 % über dem Vorjahr. Der Unternehmensbereich Consumer zeigte ein organisches Wachstum von 1,3 %. tesa erzielte einen organischen Umsatzzanstieg von 9,8 %. Zu aktuellen Wechselkursen lag der Konzernumsatz um 1,9 % über Vorjahr und betrug 2.901 Mio. € (Vorjahr: 2.846 Mio. €).

Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio. €)*

| | 01.01.–30.06.2010 | 01.01.–30.06.2011 | Entwicklung in % |
|-------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| Umsatzerlöse | 2.846 | 2.901 | 1,9 |
| Kosten der umgesetzten Leistungen | -1.015 | -1.056 | 4,1 |
| Brutto-Ergebnis vom Umsatz | 1.831 | 1.845 | 0,7 |
| Marketing- und Vertriebskosten | -1.185 | -1.250 | 5,4 |
| Forschungs- und Entwicklungskosten | -74 | -79 | 8,1 |
| Allgemeine Verwaltungskosten | -140 | -149 | 6,0 |
| Sonstiges betriebliches Ergebnis (ohne Sondereffekte) | -47 | -17 | -63,2 |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) | 385 | 350 | -9,4 |
| Sondereffekte | - | -1 | - |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 385 | 349 | -9,6 |
| Finanzergebnis | -12 | 15 | - |
| Ergebnis vor Steuern | 373 | 364 | -2,5 |
| Ertragsteuern | -124 | -106 | -15,1 |
| Ergebnis nach Steuern | 249 | 258 | 3,9 |
| Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €) | 1,08 | 1,12 | 3,5 |

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

Das betriebliche Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) verringerte sich auf 350 Mio. € (Vorjahr: 385 Mio. €). Dies entspricht einer EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) von 12,0 % (Vorjahr: 13,5 %).

Bei den Sondereffekten in Höhe von –1 Mio. € werden die Aufwendungen im Rahmen der Sortimentsstraffung durch Erträge im Wesentlichen aus dem Verkauf der Marken Juvena und Marlies Möller kompensiert.

Überleitung auf EBIT ohne Sondereffekte

01.01.–30.06.

| | in Mio. € | in % vom Umsatz |
|---------------------------------------------------------------|------------|-----------------|
| Konzern | | |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) 2011 | 349 | 12,0 |
| Sondereffekte im sonstigen betrieblichen Ergebnis | 1 | – |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) 2011 | 350 | 12,0 |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) 2010 | 385 | 13,5 |
| Consumer | | |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) 2011 | 293 | 12,0 |
| Sondereffekte im sonstigen betrieblichen Ergebnis | 1 | – |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) 2011 | 294 | 12,1 |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) 2010 | 327 | 13,5 |

Die Beurteilung der operativen Ertragslage des Beiersdorf Konzerns erfolgt anhand des betrieblichen Ergebnisses (EBIT) ohne Sondereffekte. Diese Kennzahl ist nicht Bestandteil der IFRS und nur als freiwillige Zusatzinformation zu betrachten. Die Sondereffekte sind einmalige, nicht operative Geschäftsvorfälle im Rahmen des Investitions- und Maßnahmenpakets, die ausschließlich den Unternehmensbereich Consumer betreffen.

Das Finanzergebnis lag bei 15 Mio. € (Vorjahr: –12 Mio. €). Die Entwicklung wurde im Wesentlichen beeinflusst durch ein verbessertes Ergebnis aus Wechselkurseffekten sowie Erträge aus Wertpapierverkäufen, die größtenteils bereits zum 31. Dezember 2010 ergebnisneutral im Eigenkapital erfasst waren.

Das Ergebnis nach Steuern stieg auf 258 Mio. € (Vorjahr: 249 Mio. €). Die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern betrug 8,9 % (Vorjahr: 8,7 %). Ohne Sondereffekte betrug das Ergebnis nach Steuern 256 Mio. €. Die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern lag bei 8,8 %.

Das Ergebnis je Aktie, bezogen auf 226.818.984 Stück, lag bei 1,12 € (Vorjahr: 1,08 €). Ohne Sondereffekte betrug es 1,11 €.

Ertragslage Unternehmensbereiche

Consumer

- » Unternehmensbereich Consumer 1,3 % über Vorjahr
- » EBIT-Umsatzrendite Consumer bei 12,1 %

Consumer*

01.01.–30.06.

| | | Europa | Amerika | Afrika/Asien/ Australien | Gesamt |
|---------------------------------------|-------------|--------|---------|-----------------------------|--------|
| Umsatz 2011 | (in Mio. €) | 1.527 | 405 | 499 | 2.431 |
| Umsatz 2010 | (in Mio. €) | 1.537 | 374 | 506 | 2.417 |
| Veränderungen (organisch) | (in %) | -0,9 | 12,5 | -0,6 | 1,3 |
| Veränderungen (wechsellkursbereinigt) | (in %) | -1,5 | 12,5 | -0,6 | 0,9 |
| Veränderungen (nominal) | (in %) | -0,7 | 8,2 | -1,3 | 0,6 |
| EBIT 2011** | (in Mio. €) | 275 | 26 | -7 | 294 |
| EBIT-Umsatzrendite 2011** | (in %) | 18,0 | 6,4 | -1,4 | 12,1 |
| EBIT 2010 | (in Mio. €) | 294 | 23 | 10 | 327 |
| EBIT-Umsatzrendite 2010 | (in %) | 19,1 | 6,2 | 2,0 | 13,5 |

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

** Ohne Sondereffekte (siehe Überleitung EBIT ohne Sondereffekte auf Seite 7).

Im ersten Halbjahr lag der Umsatz um 1,3 % über dem Vorjahr. Die globale NIVEA-Offensive hatte dem Geschäft im zweiten Quartal positive Impulse gegeben. Die Sortimentsbereinigungsmaßnahmen, insbesondere der Ausstieg aus NIVEA Make-up, wirkten sich dagegen dämpfend auf das Wachstum aus. Zu aktuellen Kursen erreichte der Umsatz im Unternehmensbereich Consumer 2.431 Mio. € und lag damit um 0,6 % über dem Vorjahr (2.417 Mio. €).

Der NIVEA-Umsatz erhöhte sich um 1,5 % gegenüber dem Vorjahr. NIVEA Visage und NIVEA Body Care zeigten global wieder positive Wachstumsraten. NIVEA Deodorant entwickelte sich äußerst erfolgreich. Der Ausstieg aus NIVEA Make-up und die Sortimentsentscheidung bei NIVEA Hair Care wirkten sich umsatzmindernd aus. Unsere Marke La Prairie verzeichnete ein hervorragendes Umsatzwachstum von 7,2 %. Eucerin konnte den Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 6,7 % erhöhen.

Das EBIT betrug 294 Mio. € (Vorjahr: 327 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite betrug 12,1 % (Vorjahr: 13,5 %).

Consumer Umsatzentwicklung Europa*

01.01.–30.06.

| | | Deutschland | Westeuropa (ohne Deutschland) | Osteuropa | Gesamt |
|---------------------------------------|-------------|-------------|----------------------------------|-----------|--------|
| Umsatz 2011 | (in Mio. €) | 383 | 860 | 284 | 1.527 |
| Umsatz 2010 | (in Mio. €) | 388 | 870 | 279 | 1.537 |
| Veränderungen (organisch) | (in %) | -0,7 | -2,0 | 2,5 | -0,9 |
| Veränderungen (wechsellkursbereinigt) | (in %) | -1,2 | -2,8 | 2,5 | -1,5 |
| Veränderungen (nominal) | (in %) | -1,2 | -1,2 | 1,9 | -0,7 |

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

Der Consumer-Umsatz in der Region Europa lag auf vergleichbarer Basis um 0,9 % unter dem Vorjahreswert. Zu aktuellen Wechselkursen verringerte sich der Umsatz leicht um 0,7 % auf 1.527 Mio. € (Vorjahr: 1.537 Mio. €).

Der Umsatz in **Deutschland** lag um 0,7 % unter dem Vorjahr. Der Rückzug aus dem Geschäft mit NIVEA Make-up konnte durch die guten Entwicklungen von NIVEA SUN, NIVEA Deodorant und NIVEA Visage nahezu kompensiert werden. Die Umsätze mit Florena lagen deutlich unter Vorjahr. Eucerin konnte seinen guten Vorjahresumsatz bestätigen, und die Marke La Prairie erzielte ein deutliches Umsatzplus.

In **Westeuropa** lagen die Umsätze um 2,0 % unter dem Vorjahreswert. In einigen Ländern konnte der Vorjahresumsatz im Wesentlichen wegen der Auswirkungen der Sortimentsanpassungen nicht erreicht werden. Positiv entwickelte sich dagegen der Umsatz in Großbritannien, Österreich, Belgien und den Niederlanden. NIVEA Deodorant und NIVEA Shower zeigten gutes Wachstum. Die Neueinführung der NIVEA Pure & Natural Serie verlief weiter sehr erfolgreich. Auch Eucerin und La Prairie konnten den Umsatz steigern.

Der Umsatz in **Osteuropa** erreichte ein Wachstum von 2,5 %. Die Russland/Ukraine-Gruppe und die CEE-Gruppe verzeichneten eine gute Umsatzentwicklung. In Polen konnte der Vorjahresumsatz nicht erreicht werden. Positiv entwickelten sich in dieser Region NIVEA SUN, NIVEA Visage und Eucerin, die Umsätze mit NIVEA FOR MEN und NIVEA Hair Care waren rückläufig.

Das Consumer-EBIT lag in Europa bei 275 Mio. € (Vorjahr: 294 Mio. €). Die entsprechende EBIT-Umsatzrendite betrug 18,0 % (Vorjahr: 19,1 %).

Consumer Umsatzentwicklung Amerika*

01.01.–30.06.

| | | Nordamerika | Lateinamerika | Gesamt |
|--------------------------------------|-------------|-------------|---------------|--------|
| Umsatz 2011 | (in Mio. €) | 153 | 252 | 405 |
| Umsatz 2010 | (in Mio. €) | 149 | 225 | 374 |
| Veränderungen (organisch) | (in %) | 9,7 | 14,3 | 12,5 |
| Veränderungen (wechselkursbereinigt) | (in %) | 9,7 | 14,3 | 12,5 |
| Veränderungen (nominal) | (in %) | 2,4 | 12,0 | 8,2 |

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

In der Region Amerika erhöhte sich der Umsatz um 12,5 %. Zu aktuellen Wechselkursen lag der Umsatz mit 405 Mio. € um 8,2 % über dem Vorjahreswert (374 Mio. €).

Der Umsatz in **Nordamerika** lag um 9,7 % über Vorjahr. NIVEA Body Care, NIVEA Shower und NIVEA FOR MEN zeigten sehr gute Wachstumsraten. Auch La Prairie und Eucerin konnten ihre Umsätze steigern.

In **Lateinamerika** stiegen die Umsätze um 14,3 %. Die beste Wachstumsrate verzeichnete Argentinien, aber auch alle anderen wichtigen Märkte zeigten sehr gutes Wachstum. In dieser Schwerpunktregion entwickelten sich insbesondere NIVEA Visage, NIVEA Body Care und NIVEA Sun sehr gut. Auch Eucerin zeigte ein sehr starkes Wachstum.

Das Consumer-EBIT in Amerika lag bei 26 Mio. € (Vorjahr: 23 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite erhöhte sich auf 6,4 % (Vorjahr: 6,2 %).

Consumer Umsatzentwicklung Afrika/Asien/Australien*

01.01.–30.06.

| | | Gesamt |
|--------------------------------------|-------------|--------|
| Umsatz 2011 | (in Mio. €) | 499 |
| Umsatz 2010 | (in Mio. €) | 506 |
| Veränderungen (organisch) | (in %) | -0,6 |
| Veränderungen (wechselkursbereinigt) | (in %) | -0,6 |
| Veränderungen (nominal) | (in %) | -1,3 |

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

Der Umsatz in der Region **Afrika/Asien/Australien** lag mit einer Entwicklung von -0,6 % leicht unter dem Vorjahr. Der Umsatz zu aktuellen Wechselkursen betrug 499 Mio. € und lag damit um 1,3 % unter dem Vorjahreswert (506 Mio. €).

Eine gute Umsatzentwicklung erreichte vor allem Afrika. In der Region zeigten insbesondere NIVEA Body Care, NIVEA Visage und NIVEA FOR MEN sehr gute Wachstumsraten. Japan, wo das Geschäft mit 8x4 durch einen Relaunch deutliche Wachstumsimpulse erhielt, zeigte ebenfalls ein sehr gutes Umsatzwachstum. Auch NIVEA SUN und NIVEA FOR MEN entwickelten sich hier positiv. Im Mittleren Osten machten sich die Auswirkungen der politischen Unruhen in den verschiedenen arabischen Staaten im zweiten Quartal auf den Umsatz der Gesellschaft bemerkbar. Der Umsatz in China lag aufgrund der Überarbeitung der Geschäftsstrukturen deutlich unter dem Vorjahr. Sehr positiv entwickelten sich hier nur NIVEA FOR MEN, NIVEA Deodorant und La Prairie.

Das EBIT in dieser Region war weiter durch starke Marketinginvestitionen sowie durch die Maßnahmen zur Neustrukturierung des Chinageschäfts beeinflusst. Das EBIT betrug -7 Mio. € (Vorjahr: 10 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei -1,4 % (Vorjahr: 2,0 %).

tesa

- » Unternehmensbereich tesa verzeichnet Umsatzzuwachs von 9,8 %
- » EBIT-Umsatzrendite tesa bei 11,9 %

**tesa**

01.01.–30.06.

| | | Europa | Amerika | Afrika/Asien/ Australien | Gesamt |
|---------------------------------------|-------------|--------|---------|-----------------------------|--------|
| Umsatz 2011 | (in Mio. €) | 319 | 57 | 94 | 470 |
| Umsatz 2010 | (in Mio. €) | 296 | 52 | 81 | 429 |
| Veränderungen (organisch) | (in %) | 6,7 | 15,6 | 17,2 | 9,8 |
| Veränderungen (wechsellkursbereinigt) | (in %) | 6,7 | 15,6 | 17,2 | 9,8 |
| Veränderungen (nominal) | (in %) | 7,6 | 10,1 | 16,1 | 9,5 |
| EBIT 2011 | (in Mio. €) | 25 | 9 | 22 | 56 |
| EBIT-Umsatzrendite 2011 | (in %) | 7,7 | 15,2 | 23,9 | 11,9 |
| EBIT 2010 | (in Mio. €) | 31 | 9 | 18 | 58 |
| EBIT-Umsatzrendite 2010 | (in %) | 10,5 | 17,5 | 22,4 | 13,6 |

Der Unternehmensbereich tesa erzielte im ersten Halbjahr 2011 ein organisches Umsatzwachstum von 9,8 % und konnte damit an die gute Umsatzentwicklung des Vorjahres anknüpfen. Zu aktuellen Kursen erhöhte sich der tesa Umsatz um 9,5 % auf 470 Mio. € (Vorjahr: 429 Mio. €).

In den ersten sechs Monaten dieses Jahres setzte sich die positive Umsatzentwicklung aus dem Jahr 2010 fort. Insbesondere der Geschäftsbereich Industrie konnte weiterhin Umsatzzuwächse mit Kunden aus der Automobil- und Elektroindustrie verzeichnen. Im Endverbrauchergeschäft war strukturbedingt nur ein leichter Umsatzzuwachs zu verzeichnen.

Das EBIT im Unternehmensbereich tesa ist von starken Materialpreiserhöhungen und Lieferengpässen auf den Rohstoffmärkten beeinflusst. Das EBIT betrug 56 Mio. € (Vorjahr: 58 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 11,9 % (Vorjahr: 13,6 %).

Vermögenslage Konzern

Bilanz (in Mio. €)

| | 31.12.2010 | 30.06.2010 | 30.06.2011 |
|----------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Aktiva | | | |
| Langfristige Vermögenswerte | 1.110 | 1.239 | 1.071 |
| Vorräte | 632 | 647 | 678 |
| Übrige kurzfristige Vermögenswerte | 2.380 | 2.348 | 2.612 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 973 | 898 | 966 |
| | 5.095 | 5.132 | 5.327 |
| Passiva | | | |
| Eigenkapital | 2.920 | 2.831 | 2.975 |
| Langfristiges Fremdkapital | 494 | 523 | 485 |
| Kurzfristiges Fremdkapital | 1.681 | 1.778 | 1.867 |
| | 5.095 | 5.132 | 5.327 |

Die langfristigen Vermögenswerte haben sich gegenüber den Werten zum 31. Dezember 2010, im Wesentlichen bedingt durch Wechselkurseffekte im Anlagevermögen, um 39 Mio. € auf 1.071 Mio. € reduziert. Die Investitionen im ersten Halbjahr 2011 lagen bei 34 Mio. € (Vorjahr: 39 Mio. €). Davon entfielen auf den Geschäftsbereich Consumer 24 Mio. € (Vorjahr: 25 Mio. €) und auf tesa 10 Mio. € (Vorjahr: 14 Mio. €). Die Vorräte stiegen saisonbedingt gegenüber dem Jahresende 2010 um 46 Mio. € auf 678 Mio. €. Die übrigen kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich auf 2.612 Mio. €. Der Anstieg im Vergleich zum Jahresende resultiert aus einem Anstieg der Wertpapiere sowie einem saisonalen Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Das langfristige Fremdkapital hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2010 um 9 Mio. € reduziert. Der Anstieg des kurzfristigen Fremdkapitals resultierte aus der operativ bedingten Erhöhung der kurzfristigen Rückstellungen sowie höheren Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

Finanzierungsstruktur (in %)

| | | | |
|------------|----|----|----|
| 31.12.2010 | 57 | 10 | 33 |
| 30.06.2010 | 56 | 10 | 34 |
| 30.06.2011 | 56 | 9 | 35 |

■ Eigenkapital
 Langfristiges Fremdkapital
 Kurzfristiges Fremdkapital

Finanzlage Konzern

Kapitalflussrechnung Konzern (in Mio. €)

| | 01.01.–30.06.2010 | 01.01.–30.06.2011 |
|---------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Brutto-Cashflow | 309 | 264 |
| Cashflow Nettoumlaufvermögen | 30 | 1 |
| Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit | 339 | 265 |
| Cashflow aus investiver Tätigkeit | -23 | -70 |
| Free-Cashflow | 316 | 195 |
| Cashflow aus Finanzierungstätigkeit | -214 | -189 |
| Sonstige Veränderungen | 29 | -13 |
| Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 131 | -7 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01. | 767 | 973 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.06. | 898 | 966 |

Der Brutto-Cashflow erreichte 264 Mio. €. Der Mittelabfluss aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens lag bei 1 Mio. €. Dem Anstieg der Forderungen um 182 Mio. € und Vorräte um 46 Mio. € stand der Anstieg der Verbindlichkeiten sowie Rückstellungen um 229 Mio. € gegenüber. Insgesamt lag der Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit bei 265 Mio. €. Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit betrug 70 Mio. €. Den Ausgaben für Investitionen in Höhe von 34 Mio. € sowie für den Kauf von Wertpapieren in Höhe von 54 Mio. € standen Zinsen und sonstige Finanzeinzahlungen in Höhe von 15 Mio. € gegenüber. Der Free-Cashflow betrug 195 Mio. €. Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 189 Mio. € resultierte im Wesentlichen aus der Auszahlung der Dividende sowie aus der Rückführung von Krediten. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 966 Mio. €.

Mitarbeiter

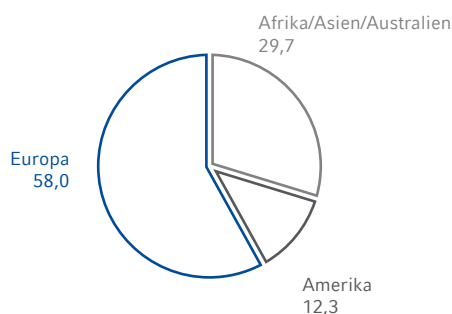
Die Zahl der Mitarbeiter reduzierte sich gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2010 um 1.231 auf 17.897, was im Wesentlichen auf die Überarbeitung der Geschäftsstrukturen in der China-Gruppe zurückzuführen ist. Zum 30. Juni 2011 waren 14.181 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer und 3.716 Mitarbeiter bei tesa beschäftigt.



Beiersdorf.de/
Karriere

Mitarbeiter nach Regionen (in %)

Stand 30.06.2011; insgesamt 17.897 Mitarbeiter



Sonstige Angaben

Wechsel im Vorstandsressort Brands & Supply Chain

Am 1. Juli 2011 hat Ralph Gusko, vorher Geschäftsführer für das Consumer-Geschäft in Nordeuropa, das Vorstandsressort Brands & Supply Chain übernommen. Ralph Gusko (50) arbeitet seit 22 Jahren für Beiersdorf in unterschiedlichen Funktionen der zentralen Markenführung sowie als Geschäftsführer in Asien und Nordeuropa. Sein Vorgänger Markus Pinger hat das Unternehmen zum 30. Juni 2011 auf eigenen Wunsch verlassen.

Chancen und Risiken

In Bezug auf Chancen und Risiken verweisen wir auf unseren Risikobericht im Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2010. Ergänzend dazu ist zum 30. Juni 2011 zu berichten:

Neben anderen Unternehmen sind Gesellschaften des Beiersdorf Konzerns in Belgien, Deutschland, Frankreich und der Schweiz in Kartellverfahren im Bereich Kosmetikartikel auf nationaler Ebene involviert. In Deutschland und der Schweiz liegen Beschuldigtenschreiben vor. Das Verfahren in den Niederlanden wurde im Mai 2011 eingestellt. Wir rechnen in den nächsten Monaten mit weiteren Entscheidungen. Sofern der Abfluss von wirtschaftlichen Ressourcen zur Erfüllung dieser Verpflichtungen wahrscheinlich ist, sind Rückstellungen für die anhängigen Kartellverfahren in Höhe der bestmöglichen Schätzung des Erfüllungsbetrags gebildet worden. Eine abschließende Einschätzung des Risikos aus Konzernsicht ist zurzeit jedoch noch nicht möglich.

Ausblick 2011

Wirtschaftliche Rahmenfaktoren

Die globale wirtschaftliche Entwicklung wird unserer Einschätzung nach in den nächsten Jahren regional erneut sehr unterschiedlich verlaufen. Die Industrieländer dürften 2011 den Erholungsprozess aus der Krise fortsetzen, während wir in den Entwicklungs- sowie Schwellenländern eine anhaltend überdurchschnittliche Wachstumsdynamik erwarten. Die konjunkturelle Entwicklung in Europa wird weiterhin äußerst heterogen verlaufen. Volkswirtschaften mit einer ausgeprägten Exportorientierung werden von der weltwirtschaftlichen Erholung stärker profitieren. In den europäischen Staaten, die von der Finanzkrise stärker betroffen sind, erwarten wir eine unterdurchschnittliche Entwicklung der Märkte.

Für die US-Wirtschaft gehen wir von einer Wachstumsrate des BIP aus, die nur marginal über der im Jahr 2010 liegen wird. Die gesamtwirtschaftliche Nachfrage wird weiterhin nicht die Dynamik entfalten, die vor der Finanz- und Wirtschaftskrise zu beobachten war. Im Wesentlichen wird der Konsum durch eine hohe Arbeitslosigkeit sowie das veränderte Sparverhalten gebremst. In Asien rechnen wir weiterhin mit einem überdurchschnittlichen Wachstum, das maßgeblich durch China getrieben wird. Die fiskal- sowie geldpolitischen Maßnahmen der chinesischen Politik, die inflationäre Tendenzen eindämmen sollen, werden voraussichtlich das Wachstum nicht behindern.

Aufgrund der anhaltend starken, weltweiten Nachfrage in den relevanten Beschaffungsmärkten sowie der politischen Instabilität in den arabischen Ländern ist mit weiter steigenden Preisen zu rechnen. In Materialkategorien mit knappen Kapazitäten auf der Anbieterseite sowie natürlicher Knappheit von Rohstoffen sind zudem weitere Verfügbarkeitsengpässe zu erwarten.

Geschäftsentwicklung

Für den Konzern rechnen wir in 2011 gegenüber 2010 mit einem leichten Umsatzwachstum. Die operative EBIT-Umsatzrendite des Konzerns wird 2011 voraussichtlich 10–11 % erreichen. Die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern erwarten wir bei 7–8 %.

Im Unternehmensbereich **Consumer** wird die Entwicklung des Umsatzes durch die Auswirkungen der Sortimentsstraffung stark beeinflusst. Das Umsatzwachstum in unseren Kernbereichen soll aber die Effekte der Sortimentsbereinigung in etwa ausgleichen. Der Unternehmensbereich soll somit wieder das Umsatzniveau von 2010 erreichen. Die operative EBIT-Umsatzrendite soll bei etwa 10–11 % liegen.

tesa geht für 2011 in den beiden Kundensegmenten Industrie und Endverbrauchergeschäft von leicht über dem Marktwachstum liegenden Umsatzentwicklungen aus. Der Unternehmensbereich rechnet mit einer EBIT-Umsatzrendite von deutlich über 11 %.

Wir sind davon überzeugt, dass wir mit unseren starken Marken, innovativen Produkten, den Prozessoptimierungen und unserer überarbeiteten strategischen Ausrichtung für die zukünftige Entwicklung gut aufgestellt sind.

Hamburg, im August 2011

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Zwischenabschluss Konzern

Gewinn- und Verlustrechnung*

(in Mio. €)

| | 01.04. – 30.06.2010 | 01.04. – 30.06.2011 | 01.01. – 30.06.2010 | 01.01. – 30.06.2011 |
|-------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Umsatzerlöse | 1.464 | 1.495 | 2.846 | 2.901 |
| Kosten der umgesetzten Leistungen | -528 | -553 | -1.015 | -1.056 |
| Brutto-Ergebnis vom Umsatz | 936 | 942 | 1.831 | 1.845 |
| Marketing- und Vertriebskosten | -607 | -640 | -1.185 | -1.250 |
| Forschungs- und Entwicklungskosten | -37 | -41 | -74 | -79 |
| Allgemeine Verwaltungskosten | -70 | -78 | -140 | -149 |
| Sonstiges betriebliches Ergebnis | -23 | 4 | -47 | -18 |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 199 | 187 | 385 | 349 |
| Finanzergebnis | -8 | 0 | -12 | 15 |
| Ergebnis vor Steuern | 191 | 187 | 373 | 364 |
| Ertragsteuern | -64 | -54 | -124 | -106 |
| Ergebnis nach Steuern | 127 | 133 | 249 | 258 |
| Ergebnis der Anteilseigner der Beiersdorf AG | 126 | 131 | 246 | 254 |
| Ergebnis der nicht beherrschenden Anteile | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €) | 0,55 | 0,58 | 1,08 | 1,12 |

* Seit 01.01.2011 neuer Umsatzausweis; Vorjahreswerte angepasst. Siehe Seite 20.

Gesamtergebnisrechnung

(in Mio. €)

| | 01.01. – 30.06.2010 | 01.01. – 30.06.2011 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Ergebnis nach Steuern | 249 | 258 |
| Veränderung der Marktbewertung von Cashflow Hedges | -27 | 7 |
| Latente Steuern auf die Veränderung der Marktbewertung von Cashflow Hedges | 9 | -3 |
| <i>Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus der Marktbewertung von Cashflow Hedges</i> | -18 | 4 |
| Veränderung der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten | - | -5 |
| Latente Steuern auf die Veränderung der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten | - | 2 |
| <i>Veränderung des im Eigenkapital erfassten Betrags aus der Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten</i> | - | -3 |
| Unterschiede aus der Währungsumrechnung | 130 | -37 |
| Sonstiges Ergebnis nach Steuern | 112 | -36 |
| Gesamtergebnis | 361 | 222 |
| Davon entfallen auf | | |
| - Anteilseigner der Beiersdorf AG | 356 | 219 |
| - nicht beherrschende Anteile | 5 | 3 |

Bilanz

Bilanz (in Mio. €)

| | 31.12.2010 | 30.06.2010 | 30.06.2011 |
|-----------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Aktiva | | | |
| Immaterielle Vermögenswerte | 306 | 405 | 299 |
| Sachanlagen | 716 | 738 | 683 |
| Langfristige finanzielle Vermögenswerte | 10 | 10 | 13 |
| Sonstige langfristige Vermögenswerte | 2 | 1 | 2 |
| Latente Steueransprüche | 76 | 85 | 74 |
| Langfristige Vermögenswerte | 1.110 | 1.239 | 1.071 |
| Vorräte | 632 | 647 | 678 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 1.001 | 1.142 | 1.142 |
| Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte | 72 | 84 | 75 |
| Ertragsteuerforderungen | 63 | 39 | 69 |
| Sonstige kurzfristige Vermögenswerte | 112 | 132 | 140 |
| Wertpapiere | 1.132 | 951 | 1.186 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 973 | 898 | 966 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 3.985 | 3.893 | 4.256 |
| | 5.095 | 5.132 | 5.327 |
| Passiva | | | |
| Anteile der Anteilseigner der Beiersdorf AG | 2.907 | 2.823 | 2.967 |
| Nicht beherrschende Anteile | 13 | 8 | 8 |
| Eigenkapital | 2.920 | 2.831 | 2.975 |
| Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen | 209 | 217 | 195 |
| Sonstige langfristige Rückstellungen | 117 | 127 | 118 |
| Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten | 8 | 10 | 7 |
| Sonstige langfristige Verbindlichkeiten | 5 | 5 | 5 |
| Latente Steuerverbindlichkeiten | 155 | 164 | 160 |
| Langfristiges Fremdkapital | 494 | 523 | 485 |
| Sonstige kurzfristige Rückstellungen | 486 | 549 | 566 |
| Ertragsteuerverbindlichkeiten | 126 | 118 | 108 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 863 | 861 | 972 |
| Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten | 135 | 153 | 118 |
| Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten | 71 | 97 | 103 |
| Kurzfristiges Fremdkapital | 1.681 | 1.778 | 1.867 |
| | 5.095 | 5.132 | 5.327 |

Kapitalflussrechnung

(in Mio. €)

| | 01.01.–30.06.2010 | 01.01.–30.06.2011 |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | 385 | 349 |
| Auszahlungen für Ertragsteuern | -121 | -127 |
| Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen | 61 | 58 |
| Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil) | -16 | -15 |
| Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen | - | -1 |
| Brutto-Cashflow | 309 | 264 |
| Veränderung der Vorräte | -86 | -46 |
| Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte | -226 | -182 |
| Veränderung der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen | 342 | 229 |
| Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit | 339 | 265 |
| Auszahlungen für Investitionen | -39 | -34 |
| Einzahlungen aus Divestments | 5 | 3 |
| Auszahlungen für den Erwerb von Wertpapieren | -265 | -406 |
| Einzahlungen aus dem Verkauf/Endfälligkeiten von Wertpapieren | 264 | 352 |
| Zinseinzahlungen | 7 | 13 |
| Dividenden- und sonstige Finanzeinzahlungen | 5 | 2 |
| Cashflow aus investiver Tätigkeit | -23 | -70 |
| Free-Cashflow | 316 | 195 |
| Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten | 52 | 14 |
| Auszahlungen aus der Tilgung von Krediten | -76 | -34 |
| Zinsauszahlungen | -4 | -3 |
| Sonstige Finanzauszahlungen | -27 | -7 |
| Auszahlung Dividende Beiersdorf AG | -159 | -159 |
| Cashflow aus Finanzierungstätigkeit | -214 | -189 |
| Wechselkursbedingte und sonstige Veränderung des Finanzmittelbestands | 29 | -13 |
| Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 131 | -7 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01. | 767 | 973 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 30.06. | 898 | 966 |

Eigenkapitalveränderungsrechnung

(in Mio. €)

| | Gezeichnetes Kapital | Kapitalrücklage | Gewinnrücklagen* | Kumuliertes sonstiges Konzernergebnis | | | Summe der Anteilseigner | Nicht beherrschende Anteile | Gesamt |
|----------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------|------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------|--------------|
| | | | | Unterschied aus der Währungs-umrechnung | Sicherungs-instrumente aus der Absiche-rung von Zahlungs-strömen | Zur Ver-äußerung verfügbare finanzielle Vermögens-werte | | | |
| 01.01.2010 | 252 | 47 | 2.450 | -127 | -1 | 5 | 2.626 | 10 | 2.636 |
| Gesamtergebnis der Periode | - | - | 246 | 128 | -18 | - | 356 | 5 | 361 |
| Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr | - | - | -159 | - | - | - | -159 | - | -159 |
| Dividende an nicht beherrschende Anteilseigner für das Vorjahr | - | - | - | - | - | - | - | -7 | -7 |
| 30.06.2010 | 252 | 47 | 2.537 | 1 | -19 | 5 | 2.823 | 8 | 2.831 |
| 01.01.2011 | 252 | 47 | 2.609 | -1 | -5 | 5 | 2.907 | 13 | 2.920 |
| Gesamtergebnis der Periode | - | - | 254 | -36 | 4 | -3 | 219 | 3 | 222 |
| Dividende Beiersdorf AG für das Vorjahr | - | - | -159 | - | - | - | -159 | - | -159 |
| Dividende an Nicht beherrschende Anteilseigner für das Vorjahr | - | - | - | - | - | - | - | -8 | -8 |
| 30.06.2011 | 252 | 47 | 2.704 | -37 | -1 | 2 | 2.967 | 8 | 2.975 |

*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 dem Bereich Hautpflege 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 2011 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt. Der Konzernzwischenabschluss sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 gelesen werden.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für diesen Zwischenbericht wurden die Werte unter Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS) ermittelt. Auf den Konzernzwischenabschluss wurden mit Ausnahme des Ausweises der Umsatzerlöse sowie Marketingkosten die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Konzernabschluss 2010 angewandt. Ab dem Geschäftsjahr 2011 werden Aufwendungen für Leistungen an Handelspartner für erbrachte Dienstleistungen, die nicht eindeutig als solche identifizierbar sind und deren Wert nicht zuverlässig schätzbar ist, nicht mehr als Marketingkosten ausgewiesen, sondern direkt von den Umsatzerlösen abgezogen. 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 2010. Es haben sich bis zum 30. Juni 2011 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung von Aufsichtsrat und Vorstand für das Geschäftsjahr 2010 zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate-Governance-Kodex gemäß §161 Aktiengesetz wurde Ende Dezember 2010 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.

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 wird 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 2011

Beiersdorf AG

Der Vorstand

Finanzkalender

| | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>4. August 2011</p> <p>↓</p> <p><i>Zwischenbericht Januar bis Juni 2011</i></p> | <p>3. November 2011</p> <p>↓</p> <p><i>Zwischenbericht Januar bis September 2011, Finanzanalystenkonferenz</i></p> | <p>Januar 2012</p> <p>↓</p> <p><i>Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten</i></p> |
| <p>1. März 2012</p> <p>↓</p> <p><i>Geschäftsbericht 2011, Bilanzpressekonferenz, Finanzanalystenkonferenz</i></p> | <p>26. April 2012</p> <p>↓</p> <p><i>Hauptversammlung</i></p> | <p>Mai 2012</p> <p>↓</p> <p><i>Zwischenbericht Januar bis März 2012</i></p> |
| <p>August 2012</p> <p>↓</p> <p><i>Zwischenbericht Januar bis Juni 2012</i></p> | <p>November 2012</p> <p>↓</p> <p><i>Zwischenbericht Januar bis September 2012, Finanzanalystenkonferenz</i></p> | <p>Januar 2013</p> <p>↓</p> <p><i>Veröffentlichung vorläufiger Unternehmensdaten</i></p> |

Impressum

Herausgeber

Beiersdorf Aktiengesellschaft

Unnastraße 48
20245 Hamburg
Deutschland

Redaktion und Konzept

Corporate Communications

Telefon: +49 40 4909-2102
E-Mail: CorporateCommunications@Beiersdorf.com

Weitere Informationen

Corporate Communications

Telefon: +49 40 4909-2102
E-Mail: CorporateCommunications@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.
Die Onlineversion steht unter www.Beiersdorf.de/Zwischenbericht zur Verfügung.

BDF ●●●●

Beiersdorf