



BDF ●●●●

Beiersdorf

Geschäftsbericht 2001

Marken und Menschen



Marken und Menschen

Unsere Ziele:

- Umsatzwachstum von 8% aus eigener Kraft
- Gezielte synergistische Akquisitionen
- EBIT-Umsatzrendite über 12 %

„Ein verlässlicher Wachstumswert“

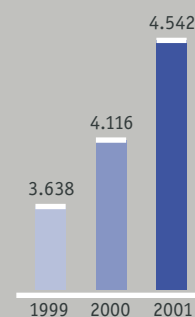
Beiersdorf auf einen Blick

in € (sofern nicht anders angegeben)		2000	2001
Umsatz	Mio.	4.116	4.542
Veränderung zum Vorjahr	%	13,1	10,3
davon			
cosmed	Mio.	2.590	2.955
medical	Mio.	858	915
tesa	Mio.	668	672
EBITDA*	Mio.	538	620
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	Mio.	389	466
Jahresüberschuss	Mio.	226	285
Umsatzrendite nach Steuern	%	5,5	6,3
Ergebnis je Aktie**		2,61	3,32
Dividendensumme	Mio.	84	109
Dividende je Aktie		1,00	1,30
Brutto-Cash-Flow	Mio.	386	456
Investitionen (inkl. Finanzanlagen)	Mio.	249	241
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	Mio.	88	92
Mitarbeiter (Anzahl am 31.12.)		16.590	17.749

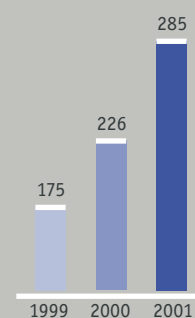
* Betriebliches Ergebnis (EBIT) vor Abschreibungen

** Werte entsprechen Bilanzierung nach International Accounting Standards (IAS) ohne Anteile anderer Gesellschafter

Umsatzentwicklung Konzern
(in Mio. €)



Jahresüberschuss Konzern
(in Mio. €)



Beiersdorf-Konzern

Bericht über das Geschäftsjahr 2001

	Überblick	Aufsichtsrat/ Vorstand	Strategie
	03	08	14
Beiersdorf auf einen Blick	03	Bericht des Aufsichtsrats 08	Marken schaffen Vertrauen 14
Rückblick	06	Vorwort des Vorstands 10	Marken und Menschen 16
		Der Vorstand der Beiersdorf AG 12	Engagiert: unsere Mitarbeiter 18
			Im Mittelpunkt: die Verbraucher 22
			Beiersdorf: global erfolgreich 26
			Unbegrenzt: unser Wachstumspotenzial 30
			Viel versprechend: unsere Perspektiven 34

Investor Relations	Lagebericht	Konzernabschluss	Konzernanhang	Weitere Informationen
Investor Relations	Lagebericht	Konzernabschluss	Konzernanhang	Weitere Informationen
38	40	62	66	96
Beiersdorf-Aktie 38	Wirtschaftliches Umfeld 2001 40	Gewinn- und Verlustrechnung 62	Segmentberichterstattung 66	Bestätigungsvermerk 96
Beiersdorf Investor Relations 39	Geschäfts-entwicklung 41	Bilanz 63	Grundlagen und Methoden 68	Organe der Beiersdorf AG 98
	Forschung und Entwicklung 52	Kapitalflussrechnung 64	Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung 72	Wesentliche Konzern-gesellschaften 100
	Investitionen 54	Eigenkapital-entwicklung 65	Bilanzerläuterungen 77	Zehnjahresübersicht 102
	Umweltschutz und Sicherheit 56		Sonstige Angaben 94	Stichwortverzeichnis 104
	Risikomanagement 57			Glossar 106
	Ausblick und Prognose 60			Impressum 107
				Finanzkalender 108

Rückblick

Bestes Kosmetik- unternehmen

Der Beiersdorf-Tochtergesellschaft BDF Nivea Ltda Brasilien wurde zum zweiten Mal in Folge der Preis „Bestes Kosmetikunternehmen des Jahres“ verliehen. Der Preis wurde von der bekannten und renommierten brasilianischen Zeitschrift „Atualidade Cosmética“ vergeben.



Gemeinschaftsunternehmen BSN medical GmbH & Co. KG

Am 2. April 2001 nahm die BSN medical GmbH & Co. KG ihre Arbeit auf. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Hamburg. Die medical Gesellschaft ist ein Gemeinschaftsunternehmen (50:50) der Beiersdorf AG, Hamburg, und der Smith & Nephew plc., London. In dieser Gesellschaft ist das professionelle medical Geschäft beider Konzerne zusammengefasst.

tesa AG gegründet

Das Geschäft der tesa Sparte wurde im April mit Rückwirkung zum 1. Januar 2001 aus der Beiersdorf AG in die tesa AG überführt. Die tesa AG ist eine 100%ige Tochter der Beiersdorf AG und wird weiterhin zu 100 % im Konzernabschluss berücksichtigt.



2001

Januar – März 2001

NIVEA sponsert Beachvolleyball

Um noch mehr junge Menschen für NIVEA zu begeistern, verstärkte die Marke ihr Engagement im Beach-Volleyball.

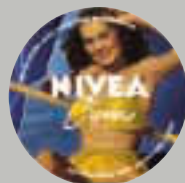


April – Juni 2001

16. Hansaplast Marathon in Hamburg

Am 22. April um 9 Uhr fiel der Startschuss zum 16. Hansaplast Marathon. Hansaplast sponserte den Marathon nun bereits zum 2. Mal und wird auch im Jahr 2002 als Titelsponsor auftreten.





90 Jahre NIVEA

NIVEA feierte Geburtstag. Aus der erstmals 1911 eingeführten NIVEA Creme hat sich inzwischen eine große Markenfamilie entwickelt. Die NIVEA Creme ist nahezu in jedem Land der Erde erhältlich und die globale Nummer eins unter den Universalcremes – mit stetigem Wachstum. Mit jährlich zweistelligen Zuwachsraten wurde der Umsatz der NIVEA-Markenfamilie seit 1991 auf fast 2,5 Mrd. € mehr als vervierfacht.

Bilanzpressekonferenz

Auf der Bilanzpressekonferenz am 24. April 2001 erläuterte der Vorstandsvorsitzende, Dr. Rolf Kunisch, die Wachstumsziele des Beiersdorf-Konzerns: Die Umsatzentwicklung soll 8 - 10 % p. a., die EBIT-Umsatzrendite 12 % erreichen. Diese Rendite soll bis zum Jahr 2005 erreicht werden.

Neues Werk in Polen

In Poznan wurde einer der modernsten Kosmetikbetriebe des Beiersdorf-Konzerns in Betrieb genommen.



Auszeichnungen für NIVEA

Bei der diesjährigen Verleihung des Effies wurden NIVEA-Kampagnen

Florena – jetzt 100%ige Beiersdorf-Tochtergesellschaft

Die Beiersdorf AG gab am 19. März 2002 bekannt, dass sie ihre Beteiligung an der Florena Cosmetic GmbH, Waldheim/Sachsen mit Wirkung zum 01. April 2002 auf 100 % – von vorher 24,9 % – aufstockt. Damit findet die langjährige Verbindung zwischen beiden Unternehmen nun auch ihren wirtschaftlichen Zusammenschluss. Florena erreichte im Jahr 2001 einen Umsatz von 53,2 Mio. € (+ 23,1 % zum Vorjahr).

2002

April – Juni 2001

Markteinführung von Hansaplast in Polen

Im Mai 2001 wurde damit begonnen, die Marke Hansaplast in Polen im Markt einzuführen.



Juli – September 2001

Akquisition von Onagrine und Nobacter

Beiersdorf hat zum 1. Juli die beiden französischen Apothekenmarken Onagrine und Nobacter gekauft. Durch den Erwerb dieser beiden medizinischen Hautpflege marken verschafft sich Beiersdorf den Eintritt in den französischen Apothekenmarkt.

Oktober – Dezember 2001

viermal ausgezeichnet. Der Euro Effie wird vom Europäischen Verband der Kommunikations-Agenturen (EACA) für effiziente Werbung verliehen. Unter anderem gewann NIVEA einen Euro Effie in Gold für die Kampagne des NIVEA Sun Sprays.

Januar – März 2002

Produkte des Jahres

NIVEA body Hautstraffende Körperlotion Q10 und NIVEA DEO COMPACT wurden in Frankreich jeweils mit dem Titel „Produkt des Jahres 2001“ ausgezeichnet. Diese Verbraucherpreise werden seit 15 Jahren von der unabhängigen Organisation „Management Europe Meeting“ an herausragende Innovationen der Branche vergeben.

Bericht des Aufsichtsrats



*Dr. Hans Meinhardt
Vorsitzender des Aufsichtsrats*

Wir haben die Geschäftsführung des Vorstands im Geschäftsjahr 2001 laufend überwacht. Dazu informierten wir uns eingehend über alle wichtigen Geschäftsangelegenheiten im Konzern. Dies erfolgte vor allem in den vier turnusmäßigen sowie einer außerordentlichen Aufsichtsratssitzung. Weiter erhielten wir regelmäßig Berichte des Vorstands zu den Ergebnissen der abgelaufenen Quartale, jeweils ergänzt um einen aktuellen Ausblick auf das Jahr.

Der Aufsichtsratsvorsitzende wurde über alle wichtigen Geschäftsvorfälle und Beschlüsse des Vorstands unterrichtet. Darüber hinaus hat er mit dem Vorsitzenden des Vorstands die Strategie und das Risikomanagement des Unternehmens regelmäßig beraten.

In den Aufsichtsratssitzungen beschäftigten wir uns neben der aktuellen Geschäftsentwicklung und den Prognosen mit zustimmungspflichtigen Maßnahmen. Wir prüften die eingereichten schriftlichen Anträge und erteilten die erforderlichen Zustimmungen.

So genehmigten wir im März den Erwerb der Marken Onagrine und Nobacter in Frankreich zum Aufbau eines Apothekengeschäfts. Im Sommer genehmigten wir den Neubau eines Laborgebäudes für die cosmed Forschung und Entwicklung. Im November beschäftigten wir uns eingehend mit den Details der mittelfristigen Unternehmensplanung.

Neben dem Ausschuss nach § 27 Abs. 3 MitbestG gibt es einen Vorstandsausschuss, dem unter anderem die Personalangelegenheiten der Vorstandsmitglieder obliegen. Es fanden zwei Sitzungen des Vorstandsausschusses statt.

Die Hauptversammlung wählte am 12. Juni 2001 die BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zum Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2001. Wir beauftragten anschließend dieses Unternehmen mit der Prüfung des Jahresabschlusses der Beiersdorf AG und des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2001.

Der Jahresabschluss der Beiersdorf AG, der Konzernabschluss und der gemeinsame Lagebericht für die Beiersdorf AG und den Konzern wurden von dem beauftragten Abschlussprüfer geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Unmittelbar nach Aufstellung wurden die Jahresabschlüsse sowie der Prüfungsbericht des Abschlussprüfers allen Mitgliedern des Aufsichtsrats rechtzeitig ausgehändigt und in unserer Sitzung am 21. März 2002 eingehend besprochen und abschließend geprüft. An dieser Sitzung hat auch der Abschlussprüfer teilgenommen, über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung berichtet und Fragen beantwortet.

Wir schließen uns dem Ergebnis der Abschlussprüfung an, erheben keine Einwendungen und billigen den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der Beiersdorf AG zum 31. Dezember 2001, der damit festgestellt ist. Dem Vorschlag des Vorstands zur Gewinnverwendung stimmen wir zu.

Es gab im Jahr 2001 keine Veränderungen in der Besetzung von Aufsichtsrat und Vorstand.

Wir sprechen dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren Einsatz und ihre wiederum erfolgreiche Arbeit im abgelaufenen Geschäftsjahr Dank und Anerkennung aus.

Hamburg, den 21. März 2002

Für den Aufsichtsrat
Dr. Hans Meinhardt
Vorsitzender

Vorwort des Vorstands



*Dr. Rolf Kunisch
Vorsitzender des Vorstands*

Sehr geehrte Damen und Herren, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, das Jahr 2001 war in nahezu allen Teilen unseres weltweiten Geschäfts erneut sehr erfolgreich.

Der Umsatz stieg um 10,3 % und erreichte eine Rekordhöhe von 4.542 Mio. €, das Betriebliche Ergebnis (EBIT) entwickelte sich überproportional zum Umsatz auf 466 Mio. € und der Jahresüberschuss auf 285 Mio. € (+26,5 %). Das entspricht einer Nettoumsatzrendite von 6,3 %, ein beeindruckender Wert in unserer Geschichte und im Vergleich zu vielen anderen deutschen Konzernen.

Mit diesem profitablen Wachstum in allen ökonomischen Maßgrößen bewies Beiersdorf einmal mehr, dass Wachstum nicht das Privileg globaler Giganten ist, sondern dass fokussierte und straff organisierte Unternehmen deutlich besser wachsen können. Die Beiersdorf-Gruppe gehört zu den am schnellsten wachsenden Konsumgüterunternehmen der Welt.

Die Treue unserer Aktionäre wurde auch an den Kapitalmärkten belohnt: Der Kurs der Beiersdorf-Aktie stieg um 14,3 % auf 127,50 € pro Aktie. Zum Vergleich: Der DAX und der M-DAX sanken in diesem Jahr um 19,8 % und 7,5 %. Die Beiersdorf AG ist mit einer Marktkapitalisierung von über 10 Mrd. € der schwerste Wert im M-DAX. Der Vorstand dankt seinen Aktionären für ihre Treue und für ihr Vertrauen, das sie dem Beiersdorf-Management und allen Mitarbeitern in einem äußerst wettbewerbsintensiven Umfeld entgegenbringen.

Die Tochterunternehmen tesa AG und BSN medical GmbH und Co. KG hatten seit April 2001 einen außerordentlich erfolgreichen Start. Beide Gesellschaften haben sich auf ihr Kerngeschäft, das Geschäft mit professionellen Kunden, konzentriert. Noch wichtiger aber ist die jetzt mögliche Konzentration der gesamten Beiersdorf-Organisation auf das Kerngeschäft mit wenigen globalen verbrauchernahen Marken. Hierzu gehören 8x4, atrix, Labello, la prairie, JUVENA, Eucerin, FUTURO, Hansaplast, Elastoplast und natürlich NIVEA.

Die Führung und Pflege dieser Marken ist die wichtigste Aufgabe aller Beiersdorfer und wurde im Jahr 2001 erneut erfolgreich gelebt: Die Umsätze mit unseren verbrauchernahen Produkten wuchsen um einen Rekordwert von 15,9 % zu konstanten Kursen. In dieser Zahl ist der Erwerb neuer Marken wie Elastoplast, Onagrine und Nobacter enthalten. Aber auch ohne die Akquisitionen betrug das Umsatzwachstum in unserem Kerngeschäft stolze 14,9 %, ein Wert, der in der gesamten Konsumgüterbranche seinesgleichen sucht. NIVEA erreichte einen Weltumsatz von 2.458 Mio. € und ist damit eine der größten globalen Marken.

Starke Marken und fähige Mitarbeiter sind das Kapital einer jeden Gesellschaft. Beiersdorf verfügt über beides in einem hohen Maße. So besitzt Beiersdorf mit NIVEA die größte Körperpflegemarke weltweit und eine überschaubare Zahl von anderen international bekannten Marken. Unsere Mitarbeiter in über 100 Gesellschaften sind auf das Wachstum und die Pflege der Marken eingeschworen.

Sie arbeiten mit hohem Engagement und identifizieren sich mit den Zielen des Unternehmens.

Wir sind deshalb überzeugt, dass auch das Jahr 2002, das 120. Jahr in der Geschichte der Beiersdorf-Gruppe, mit guten Ergebnissen abgeschlossen werden kann. Weltweit erwarten wir ein schwieriges konjunkturelles Klima. Wir haben aber gelernt, mit Herausforderungen umzugehen und sind deshalb sicher, dass wir auch in Zukunft als verlässlicher Wachstumswert gelten werden.

Der Vorstand dankt allen Mitarbeitern und ihren Vertretungen in aller Welt für die konstruktive Zusammenarbeit. Wir danken unseren Kunden für ihr Vertrauen und unseren Geschäftspartnern für ihre Unterstützung.

Dr. Rolf Kunisch
Vorsitzender des Vorstands

Der Vorstand der Beiersdorf AG

Thomas-Bernd Quaas

geboren 1952 in Glauchau
Mitglied des Vorstands
seit 1999
Sparte medical



Dr. Rolf Kunisch

geboren 1941 in Arolsen
Mitglied des Vorstands
seit 1991
Vorstandsvorsitzender
seit 1994



Dr. Werner Opgenoorth

geboren 1943 in Kleve
Mitglied des Vorstands
seit 1991
Personal/Verwaltung/
Umweltschutz



Rolf-Dieter Schwalb

geboren 1952 in Gießen
Mitglied des Vorstands
seit 2000
Finanzen/Controlling



Dieter W. Steinmeyer

geboren 1948 in
Bad Homburg
Mitglied des Vorstands
seit 1990
Sparte tesa

Uwe Wölfer

geboren 1943 in Berlin
Mitglied des Vorstands
seit 1994
Sparte cosmed



Für Schutz und Pflege der Hände ist atriX der ideale Partner. Die Handcreme wurde bereits 1955 auf dem deutschen Handpflegemarkt eingeführt und ist hier auch Marktführer.

JUVENA wird weltweit ausschließlich über Depots in Fachhandelsgeschäften und Warenhäusern vertrieben – mit Fokus auf Produkte für Gesichtspflege, aber auch Körperpflege, Sonnenpflege, Make-up und Herrenpflege.



NIVEA – sie gilt seit 1911 als Mutter aller modernen Cremes. Heute ist aus der Creme eine große Markenfamilie geworden. Und die Entwicklung ist sehr dynamisch: Seit Jahren ist NIVEA die größte Körperpflegemarke der Welt.

2002 feiert die Marke Hansaplast ihren 80. Geburtstag. 90 % der Deutschen kennen sie. Neben Pflastern gibt es Produkte für Wundversorgung und Fußpflege, Gelenkbandagen sowie Lärmschutz.



Ebenfalls führend in der Wundversorgung: Die Pflastermarke Elastoplast ist Marktführer in Großbritannien und vielen Ländern des Commonwealth.



Marken schaffen Vertrauen.

Kontinuierlich: die Entwicklung und Pflege weniger globaler Marken



la prairie ist der Spezialist für exklusive, hochwertige Anti-Age-Produkte. Die hautverjüngende Pflege wird als Depotkosmetik in ausgewählten Fachhandelsgeschäften und Warenhäusern vertrieben.



8x4 ist Deutschlands erste Deo-Marke und Marktführer in Japan. Das langanhaltende, hochwirksame Deo gibt es in attraktiven Duftnoten von trendig bis klassisch – als Spray, Roller, Stift, Compact und Seife.



Eucerin ist eine der führenden Marken für medizinische Hautpflege in Amerika und Europa – mit Produkten, die nicht nur besonders wirksam, sondern auch besonders hautverträglich sind.

FUTURO Bandagen für Beruf, Sport und Freizeit bieten Schutz und Unterstützung bei den verschiedensten Gelenkbeschwerden. Auch zur Vorbeugung ist FUTURO ideal.



tesa steht für moderne Klebetechnologie und innovative Systemlösungen. Diese bieten Prozess- und Effizienzvorteile für unsere industriellen Kunden weltweit sowie nützliche und kreative Produkte für Büro und Haushalt.



Praktisch und handlich – seit 1909 ist Labello zu einem Synonym für Lippenpflege geworden. Weltweit werden jährlich mehr als 71 Millionen Pflegestifte verkauft.

Marken und Menschen

Marken und Menschen – das ist die Welt von Beiersdorf. Als international führendes Markenartikelunternehmen konzentrieren wir uns auf die kontinuierliche Entwicklung und Pflege weniger globaler Marken. Dabei stehen bei allen Aktivitäten stets die Menschen – mit ihren unterschiedlichsten Interessen und Wünschen – im Mittelpunkt.

Dazu gehören unsere engagierten und erfahrenen Mitarbeiter, die sich für unser Unternehmen, unsere Marken und vor allem unsere Verbraucher

Diese Verbindung von Marken und Menschen macht den Erfolg von Beiersdorf aus. Grundlage dafür: unsere Erfahrung und unser Wissen. Beides setzen wir jeden Tag neu ein, um Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten zu nutzen.

Marken und Menschen – in dieser Welt stecken für Beiersdorf noch viele Wachstumspotenziale für eine dynamische Zukunft.

Träume sind Zukunft



weltweit einsetzen. Die Verbraucher, die mit unseren Produkten ihr persönliches Wohlbefinden steigern und sich ihr Leben jeden Tag ein wenig angenehmer gestalten. Und Menschen in ganz verschiedenen Ländern, die unsere Marken vor Ort erleben und häufig sogar als lokale Marken wahrnehmen.

Der richtige Moment steckt voller Möglichkeiten

Zufriedenheit lässt keine Wünsche offen



Wer die Welt anders sieht, entdeckt viel Neues

Auf der ganzen Welt zu Hause sein



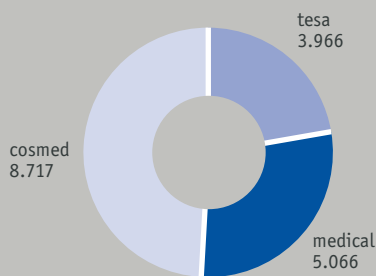


Wer die Welt anders sieht, entdeckt viel Neues.

Engagiert: unsere Mitarbeiter

Engagiert: unsere Mitarbeiter

Mitarbeiter nach Sparten
zum 31.12.2001 insgesamt: 17.749



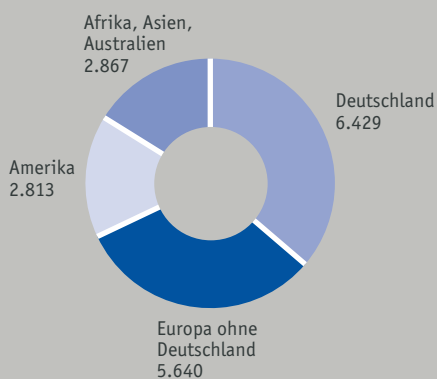
Alle Marken werden von Menschen für Menschen gemacht. Dieses Wissen ist Teil unserer Unternehmenskultur, die von unseren Mitarbeitern gelebt wird. Ihre Verbundenheit mit dem Unternehmen, ihre Identifikation mit unseren Marken, mit unserer Produktphilosophie sind die maßgeblichen Faktoren für den Erfolg und die Stärke von Beiersdorf.

Unsere Mitarbeiter tragen das Unternehmen in die Zukunft – und setzen sich engagiert dafür ein, dass es jung und innovativ bleibt. Bestes Beispiel dafür ist im Berichtsjahr der 90. Geburtstag der Marke NIVEA. Seit 90 Jahren liegt NIVEA durch Produktinnovationen im Trend. Unsere Mitarbeiter haben mit ihrer Erfahrung und ihrem Wissen NIVEA zu einer umfassenden, dynamischen und zeitgemäßen Pflegeserie ausgebaut. Und das mit großem Erfolg: Mit jährlich zweistelligen Zuwachsraten wurde der Umsatz der NIVEA-Markenfamilie seit 1991 auf fast 2,5 Mrd. € mehr als vervierfacht.

Das schaffen nur engagierte Mitarbeiter, die vertrauensvoll miteinander umgehen und sich ihrem Unternehmen ganz besonders verbunden fühlen. Die hohe Identifikation unserer Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen verdeutlichen auch die regelmäßigen Mitarbeiterbefragungen. Mit den Ergebnissen aus dem Jahr 2001 liegen wir in der Gruppe der besten Unternehmen Deutschlands. Beiersdorf wird als ein sehr attraktiver Arbeitgeber gesehen.

Unser Erfolg gründet sich auch auf das positive Zusammenwirken zwischen unseren Mitarbeitern in der Zentrale in Hamburg und in den über 100 Tochtergesellschaften weltweit. Dabei ist der Transfer von Wissen und Erfahrung von großer Bedeutung. Hier hilft modernste Technik, zum Beispiel das Beiersdorf-Intranet. Doch noch wichtiger ist der Austausch von Mitarbeitern zwischen unseren Gesellschaften. Im Berichtsjahr ist dieser Austausch um 30 % gestiegen - erleichtert durch moderne, wettbewerbsfähige Entsendungskonditionen, so genannte Transfer Guidelines, die die Internationalisierung fördern.

Mitarbeiter nach Regionen 2001



Bei uns geht Aufstieg vor Einstieg. Wir legen ein besonderes Augenmerk auf die zielstrebige Förderung von Nachwuchskräften. Etwa durch Programme wie „Beyond Borders“ und durch die Möglichkeit, sich seit 2001 unter www.Beiersdorf.de online zu bewerben, konnten wir deutlich mehr Interessenten als bisher erreichen. Unsere Mitarbeiter sind stets bereit, sich weiterzuqualifizieren, zu lernen, Herausforderungen anzunehmen – die Welt einmal anders zu sehen, um Neues zu entdecken. Damit die kreativen Kompetenzen und das Wissenskapital von Beiersdorf auch in Zukunft beständig wachsen.



Mitarbeiter bei Beiersdorf



Zufriedenheit lässt keine Wünsche offen.

Im Mittelpunkt: die Verbraucher



Im Mittelpunkt: die Verbraucher

Aus dem täglichen Leben sind NIVEA, arix, JUVENA, FUTURO, Hansaplast und die anderen Marken von Beiersdorf nicht wegzudenken. Der Grund: Die Verbraucher schenken uns ihr Vertrauen. Ein Vertrauen, das seit über 100 Jahren kontinuierlich gewachsen ist. Denn bei unseren Marken stehen die Wünsche der Verbraucher im Mittelpunkt – und sie bieten zuverlässige Qualität zu einem angemessenen Preis.

Wir widmen uns jetzt noch stärker den Verbrauchern und konzentrieren unsere Kraft ganz auf das Konsumgütergeschäft. Mit wenigen, dafür aber weltweit bekannten Marken, die wir mit einer konsequenten Markenpflege kontinuierlich weiterentwickeln und verbessern.

Gerade weil uns die Nähe zu den Verbrauchern so wichtig ist, suchen wir den Dialog. Übers Internet, aber auch über spezielle Service-Hotlines wie bei Eucerin und NIVEA. Diese Kontakte und Anregungen inspirieren uns zu innovativen Produkten, mit denen wir

die Verbraucher positiv überraschen und die das Leben ein wenig angenehmer machen.

Dazu gehört auch, junge Menschen für unsere Produkte zu begeistern. Mit einer zeitgemäßen und innovativen Ansprache, etwa durch Veranstaltungen wie die 2001 durchgeführten NIVEA Beach-Volleyball-Turniere oder moderne Internetauftritte von NIVEA oder 8x4.

Unser Ziel ist klar: Wir wollen durch unsere Produkte die Zufriedenheit und das Wohlbefinden der Verbraucher steigern. Das ist jetzt und in Zukunft der Maßstab unseres Handelns.



*Modern und zeitgemäß –
der NIVEA-Internetauftritt*

*Ansprache von jungen
Zielgruppen – die NIVEA
Beach-Volleyball-Turniere*



*Junge Menschen begeistern:
NIVEA auf der Jugendmesse YOU*



*Hansplast als Titelsponsor:
der Hansplast Marathon
in Hamburg*

*Be the star! NIVEA
Tanzwettbewerbe*



Auf der ganzen Welt zu Hause sein.

Beiersdorf: global erfolgreich



Beiersdorf: global erfolgreich

Unsere Marken sprechen fast alle Sprachen der Welt. Doch globale Stärke ergibt sich nur aus lokaler Kraft. Eine Marke ist nur dann weltweit erfolgreich, wenn sie es vor Ort ist. Eines der Instrumente dazu: ein weltweit ausgerichtetes Vermarktungskonzept nach international einheitlichen Regeln, das von unseren Tochtergesellschaften nach den regionalen Anforderungen in eigener Verantwortung lokal perfekt umgesetzt wird. Damit stellen wir sicher, dass unsere Botschaften überall gleich ankommen und verstanden werden.

Zum Kern dieser Strategie zählt auch, in den einzelnen Ländern zu investieren: Im Berichtsjahr wurde im polnischen Poznan einer der modernsten Kosmetikbetriebe des Beiersdorf Konzerns in Betrieb genommen. Investitionssumme: 22 Mio €. Auch das ist ein Bekenntnis zum lokalen Handeln im globalen Denken – und findet 2002 unter anderem in Brasilien mit dem Bau einer weiteren Produktionsstätte seine Fortsetzung.

*Internationale Labello
Anzeigen-Kampagne*



So kommt es, dass z. B. NIVEA in Italien als italienische Marke, in Frankreich dagegen als französische Marke erlebt wird. Verschiedene Kulturen zu verstehen und zu respektieren ist eine Strategie des Erfolgs. Und wie die schrittweise Erschließung neuer Länder, beispielsweise Russlands, Chinas und Brasiliens zeigt, ist sie weltweit wirksam.



Anzeigen für NIVEA
in Südafrika, 2001



Weltweite Werbung nach einheitlichen
Konzepten, aber mit lokalen Anpassungen



Der richtige Moment steckt voller Möglichkeiten.

Unbegrenzt: unser Wachstumspotenzial



Unbegrenzt: unser Wachstumspotenzial

Um zur richtigen Zeit am richtigen Ort die richtige Entscheidung zu treffen, folgen wir einem bewährten Konzept: Wir können nicht alles auf einmal, sondern erschließen entsprechend unserer Stärke Schritt für Schritt neue Märkte – dies dann aber konsequent, zielstrebig und mit kurzen Entscheidungswegen. Unsere Umsetzungsplanung sorgt dafür, dass sich weltweit alle Aktivitäten im Rahmen unserer Strategie bewegen. Die schrittweise Einführung von NIVEA Beauté oder FUTURO in den verschiedenen Ländern veranschaulicht diese Vorgehensweise.

Grundsätzlich legen wir Wert auf

Wachstum aus eigener Kraft. Wenn es aber der Stärkung unserer bestehenden Marktposition dient, akquirieren wir – gezielt und sinnvoll. Auf diese Weise konnten wir 2001 durch den Kauf der Apothekenmarken Nobacter und Onagrine in den französischen Apothekenmarkt einsteigen.

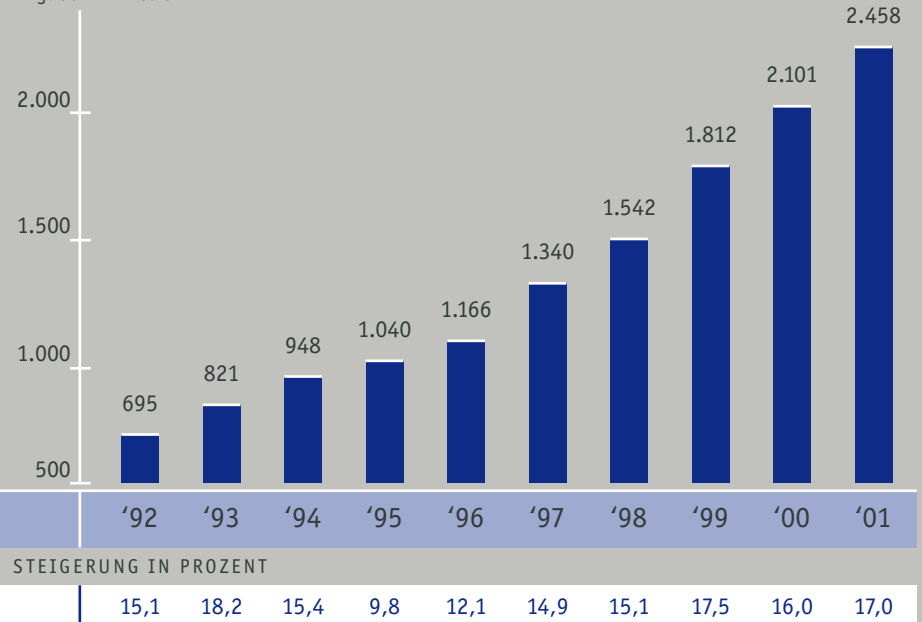
In zahlreichen Ländern sind wir in vielen Marktsegmenten Marktführer oder unter den Top 3. Dennoch sind

unsere Entwicklungspotenziale fast unbegrenzt: Mit unseren erfolgreichen Marken sind wir noch nicht in allen Ländern und Marktsegmenten vertreten. Das bietet viel Platz zur Entfaltung.

Neue Rahmenbedingungen, wie die Einführung des Euro, die weltweite Beschleunigung der Märkte, die zunehmende Vernetzung und immer kürzere Innovationszyklen, erfordern gerade in Zukunft, flexibel und mit dem Wissen um den richtigen Moment zu handeln. Sie eröffnen aber auch ungeahnte Möglichkeiten.

Durch das Erkennen von Chancen, das Setzen von Prioritäten und die perfekte Umsetzung werden wir unsere Potenziale nutzen und zum Wohle unserer Kunden, unserer Geschäftspartner, unserer Mitarbeiter und Aktionäre weiter dynamisch wachsen. So wollen wir auch in Zukunft ein verlässlicher Wachstumswert sein.

NIVEA-GESAMTUMSATZ
Angaben in Mio. €



*FUTURO –
mit Strategie
neue Märkte
erschließen*

*Kontinuierliches Wachstum
am Beispiel NIVEA*



*NIVEA Beauté –
Schritt für Schritt
erfolgreich*



Träume sind Zukunft.

Viel versprechend: unsere Perspektiven



Viel versprechend: unsere Perspektiven



Im Rahmen der Weiterentwicklung unserer Marken führen wir immer wieder neue Produkte ein, z. B. 8x4 DEO COMPACT

Wir blicken zuversichtlich auf morgen. Denn das, was wir gestern und heute aufgebaut haben, hat noch viel Perspektive in der Zukunft.

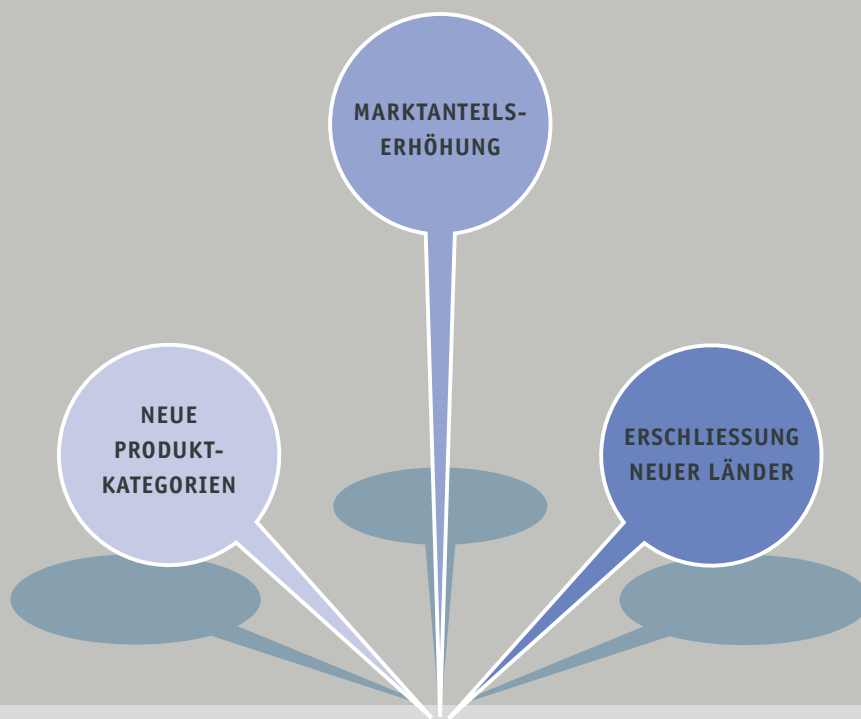
- Unsere Mitarbeiter verbessern weltweit rund um die Uhr die Qualität und Leistung unserer Marken.
- Durch die Kontinuität bei der Markenentwicklung und -pflege werden wir weiterhin das Vertrauen der Verbraucher gewinnen.
- Die vielen Potenziale, die wir schrittweise mit Erfahrung und Know-how ausschöpfen, sind ein langfristiger Garant für weiteres Wachstum.

Starke Marken, engagierte und erfahrene Mitarbeiter, schnell reagieren und agieren, den Dialog mit den Menschen suchen und führen – das sind die Erfolgsfaktoren von Beiersdorf. Jetzt und für die Zukunft. Darüber hinaus setzen wir weiterhin auf strategische

Akquisitionen und den Ausbau unserer führenden Marktpositionen in absatzstarken Märkten. Und wir erschließen neue Marktsegmente und neue Länder – konsequent.

Dazu schöpfen wir unsere Entwicklungspotenziale aus, steigern die Lernfähigkeit im Unternehmen und die Dynamik betriebsinterner Kompetenzen. Außerdem optimieren wir unsere Geschäftsprozesse, um mit noch mehr Effizienz die Entwicklung der Märkte aktiv mitzugestalten. So werden wir uns langfristig auf den Weltmärkten noch stärker etablieren.

Unsere Vision ist eine Zukunft voller Dynamik und ständige Verbesserung unserer Produkte für unsere Verbraucher. Hieran arbeiten wir jeden Tag. So wird sich unser Unternehmen auch in Zukunft werthaltig entwickeln.



Unsere Wachstumsstrategie: Wachstum über 3 Dimensionen

Bei der erfolgreichen Umsetzung der Wachstumsstrategie bauen wir auf die Balance von Kontinuität und Innovation – wie z.B. bei Hansaplast



1926 - 1931



1962



2001

Beiersdorf-Aktie

Zehnjahresvergleich		1991	2001
Marktkap. am 31.12.	Mio. €	1.690	10.710
Aktienkurs am 31.12.	€	20,12¹	127,50
(Relativer Index 1991=100)		(100)	(634)
Ergebnis je Aktie	€	0,92^{1,2}	3,32
(Relativer Index 1991=100)		(100)	(363)
Dividende pro Aktie	€	0,33¹	1,30
(Relativer Index 1991=100)		(100)	(391)
DAX		1.578	5.160
(Relativer Index 1991=100)		(100)	(327)
MDAX		1.964	4.326
(Relativer Index 1991=100)		(100)	(220)

¹ Umgerechnet von DM in € und einem anderen Nominalwert

² Auf Basis Handelsgesetzbuch Vorschriften (HGB)

Anzahl der Aktien: 84 Millionen Stück

Kurse: auf Basis XETRA

Ende 2000	111,50 €
Ende 2001	127,50 €
Hoch 2001	140,24 €
Tief 2001	93,00 €
Dividenden-vorschlag 2001	1,30 €
Dividendensumme	109,2 Mio. €

Die Entwicklung der Aktienbörsen verlief in den ersten Monaten des Jahres zunächst relativ flach. Ab dem 2. Quartal führte die weiter nachlassende Konjunktur jedoch zu kontinuierlichen Kursrückgängen.

Speziell Aktien von Unternehmen der Industriezweige Telekommunikation, Medien und Technologie (TMT) trieben den DAX im Jahresverlauf immer weiter ins Minus. Die tragischen Ereignisse des 11. September sorgten anschließend für einen extremen Kurseinbruch auf breiter Front.

Trotz leichter Erholungstendenzen beendete der DAX das Jahr mit -19,8 % erneut deutlich unter dem Vorjahr. Anders als im Jahr 2000 konnte der M-DAX sich dieser Entwicklung insgesamt nicht entziehen. Er schloss mit -7,5 % ebenfalls klar im Minus.

Für die Beiersdorf-Aktie war 2001 hingegen wiederum ein sehr erfolgreiches Jahr. Nach etwas verhaltenem Start stieg der Kurs am 13. August bis zu einem neuen Allzeithoch auf 140,24 € (Tagesschlusskurs). Diese Entwicklung

beruhte maßgeblich auf der hervorragenden Umsatz- und Ergebnisentwicklung unseres Unternehmens. Darüber hinaus war auch insgesamt eine Tendenz zu Aktien aus stärker konjunkturunabhängigen Industriezweigen zu beobachten, zu denen der Bereich der verbrauchernahen Konsumgüter gehört.

Die Beiersdorf-Aktie entwickelte sich trotz der Folgen des 11. September und der Kurserholungen der genannten TMT-Werte zum Jahresende – wie schon im Vorjahr – deutlich besser als der DAX, der M-DAX sowie die meisten Wettbewerber. Der Kurs lag zum Jahresende mit +14,3 % zum Vorjahr bei 127,50 €. Dies entspricht einer Marktkapitalisierung von 10,7 Mrd. €. Der Dividendenvorschlag von 1,30 € für 2001 beinhaltet zum wiederholten Male eine erhebliche Steigerung der Dividende im Verhältnis zum Vorjahr, die das sehr erfreuliche Umsatzwachstum noch übertrifft. Wir beabsichtigen, die Ausschüttungsquote für die Dividende auch zukünftig weiter zu erhöhen.

Beiersdorf Investor Relations

Kern unserer Investor Relations Aktivitäten ist die umfassende, kontinuierliche und vertrauensvolle Information der Finanzwelt und insbesondere unserer aktuellen und potenziellen Aktionäre. Unsere Aussagen zur Unternehmensentwicklung sind klar, präzise und verlässlich.

Seit dem Beginn der stärkeren internationalen Ausrichtung der halbjährlichen Finanzanalystenkonferenzen im Jahr 1999 hat sich die Anzahl der Teilnehmer verdreifacht. Wie alle wesentlichen Publikationen werden auch die dort gehaltenen Präsentationen zu unserer Unternehmensstrategie, den Belegen ihrer erfolgreichen Umsetzung sowie dem umfassenden und regelmäßig aktualisierten Zahlenmaterial zeitgleich unter www.Beiersdorf.de bzw. www.Beiersdorf.com im Internet veröffentlicht.

Auch außerhalb dieser Veranstaltungen stehen wir mit allen namhaften nationalen und internationalen Analysten unseres Industriezweiges im steten Kontakt. Daneben verzeichnen wir ein schnell wachsendes Interesse

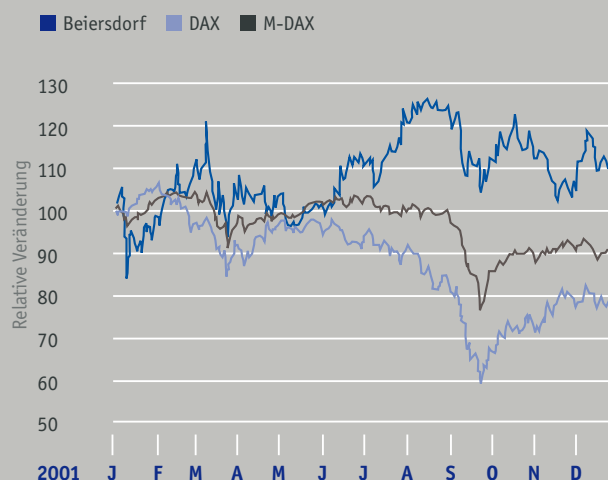
der direkten Entscheidungsträger bei den großen institutionellen Anlegern, z. B. den internationalen Investment-Fonds und anderen Vermögensverwaltern. Wir versuchen, auch dieser Nachfrage durch entsprechende Gesprächsangebote nachzukommen.

Wir haben außerdem 2001 erstmals an zwei internationalen Investorenkonferenzen teilgenommen, die insbesondere nordamerikanischen Anlegern den direkten Kontakt mit ausgewählten deutschen Unternehmen meist aus dem DAX-Umfeld ermöglichten. Auch wir streben die Aufnahme in den DAX an.

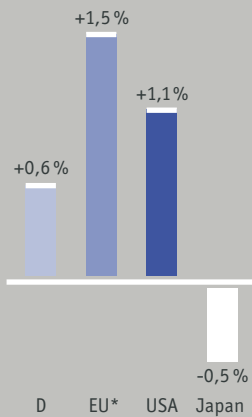
*Seit August 2001
mit neuem Konzept:
der Beiersdorf
Zwischenbericht*



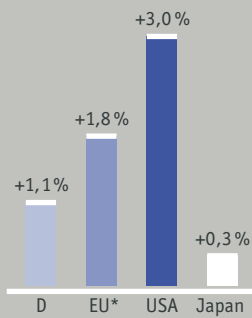
Entwicklung Beiersdorf-Aktie, DAX und M-DAX seit 01.01.2001



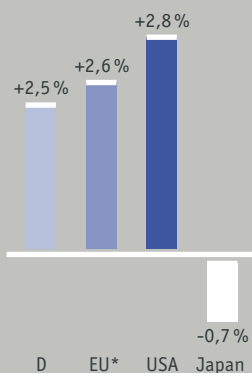
Wachstum reales Bruttoinlandsprodukt 2001 gegenüber Vorjahr



Wachstum privater Konsum



Inflationsrate



* EU 11 „Euroland“

Wirtschaftliches Umfeld 2001

Im Verlauf des Jahres 2001 war die weltwirtschaftliche Entwicklung erstmals seit den 80er Jahren von einem gleichzeitigen Abschwung in allen wirtschaftlich bedeutenden Regionen geprägt. Die Ereignisse des 11. September verstärkten diese Tendenz. Ausschlaggebend für das schwache globale Wachstum war die sich verschlechternde wirtschaftliche Situation in den USA. Dadurch verringerte sich auch das Wachstum der privaten Konsumausgaben, die direkte Auswirkungen auf das Kerngeschäft von Beiersdorf haben. Jedoch unterlagen die Ausgaben für den Konsum nicht den starken Schwankungen des industriellen Konjunkturverlaufs. Beiersdorf als Hersteller von verbrauchernahen Produkten war somit in vielen Teilen der Welt von der Rezession nicht unmittelbar betroffen.

In Deutschland wurde ein deutlich geringeres Wirtschaftswachstum als im Vorjahr erzielt. Positive Effekte, unter anderem niedrige Zinsen und die Steuerreform, bewirkten jedoch, dass die Entwicklung der privaten Konsumausgaben nur wenig unter dem Vorjahreswert lag. In Europa und besonders in den USA war das Wachstum der Konsumausgaben wesentlich niedriger als im Vorjahr. In Japan stagnierten die Wirtschaft und die Ausgaben für den Konsum. Die aufstrebenden Märkte verloren im Sog der Entwicklung der Industriestaaten besonders stark an Wachstumsdynamik.

In den Beschaffungsmärkten für Rohstoffe und Packmittel setzte sich die rege Nachfrage aus dem Jahr 2000 auch in den ersten Monaten des Jahres 2001 fort. Dies führte in diesem Zeitraum zu Materialpreissteigerungen von etwa 2%. In der zweiten Jahreshälfte änderte sich die Situation, so dass die durchschnittliche Materialpreissteigerung für das Gesamtjahr nur etwa 1 bis 2% betrug.

Geschäftsentwicklung

Konzern

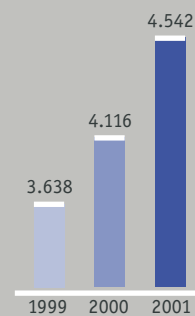
Der Konzernumsatz konnte trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds im Berichtsjahr um 10,3 % auf 4.542 Mio. € gesteigert werden. Zu konstanten Wechselkursen betrug das Wachstum 11,2 %. Die Gründung neuer Gesellschaften und die erstmalige Einbeziehung bereits bestehender Beiersdorf-Gesellschaften in den Konsolidierungskreis beeinflussten die Umsatzsteigerung mit +0,2 % nur geringfügig. Beiersdorf wuchs weiter im Wesentlichen aus eigener Kraft.

Das Betriebliche Ergebnis (EBIT) entwickelte sich mit +19,7 % stärker als der Umsatz und erreichte 466 Mio. €. In diesem Betrag sind 38 Mio. € für den Verkauf des Geschäfts der speziellen Wundversorgung sowie Sonderaufwendungen für die strukturellen Veränderungen der Sparten medical und tesa in Höhe von 21 Mio. € enthalten. Ohne diese Sondereffekte betrug das Ergebnis 449 Mio. €. Dies entspricht einer operativen EBIT-Umsatzrendite von 9,9 % (Vorjahr: 9,5 %). Damit setzte sich der positive Ertragstrend der Vergangenheit fort.

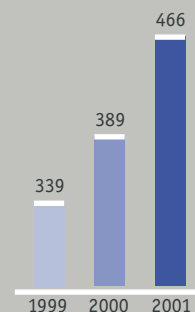
Der Jahresüberschuss wuchs von 226 Mio. € auf 285 Mio. €. Die Netto-Umsatzrendite stieg dadurch von 5,5 % auf 6,3 %. Der Verkauf des Geschäfts der speziellen Wundversorgung ist mit 23 Mio. € im Jahresüberschuss enthalten.

Der Jahresüberschuss der Beiersdorf AG (HGB) betrug im Geschäftsjahr 155 Mio. €.

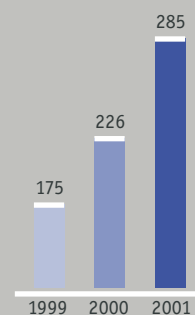
Umsatzentwicklung Konzern
(in Mio. €)



Betriebliches Ergebnis (EBIT) Konzern
(in Mio. €)

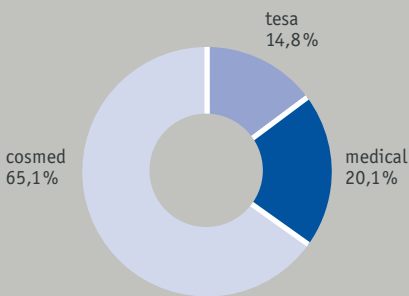


Jahresüberschuss Konzern
(in Mio. €)

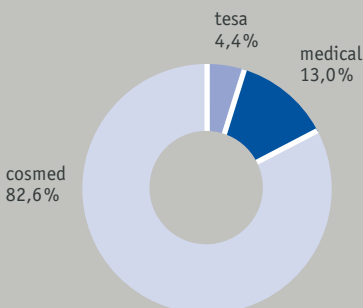


Geschäftsentwicklung der Sparten

Anteile der Sparten am Konzernumsatz 2001



Anteile der Sparten am Betrieblichen Ergebnis (EBIT) 2001



cosmed

Die Sparte cosmed entwickelt, produziert und vermarktet kosmetische Erzeugnisse zur Körper- und Hautpflege. Die Strategie der Konzentration auf wenige internationale Marken wurde auch im Jahr 2001 erfolgreich umgesetzt.

Innovative Produkte sowie erhöhte Investitionen in Wachstumsmärkte stärkten die weltweite Marktposition der Sparte. Die verbesserte Umsatzqualität zeigt sich eindrucksvoll an der international weiterhin gewachsenen Anzahl von Märkten, in denen NIVEA Marktführer ist.

Mit einer Steigerung von 14,1% setzte die Sparte cosmed im Berichtsjahr erneut das zweistellige Umsatzwachstum fort und erreichte einen Rekordumsatz von 2.955 Mio. €. Zu konstanten Wechselkursen betrug die Steigerung 15,5%. Dieses deutlich über der Marktentwicklung liegende Ergebnis wurde in stark umkämpften Märkten und in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld aus eigener Kraft erzielt.

Zu ihrem 90. Geburtstag erreichte die Weltmarke NIVEA mit 17,0% Umsatzwachstum zum wiederholten Mal eine zweistellige Steigerung und mit 2.458 Mio. € einen neuen Rekordumsatz. Dabei wurde die Position als weltweit größte Haut- und Körperpflegemarke weiter ausgebaut. Das Wachstum erfolgte in allen NIVEA-Markengruppen und in allen Regionen. Deutlich überproportionale Wachstumsraten wurden mit den NIVEA-Markengruppen NIVEA Hair Care, NIVEA FOR MEN, NIVEA Beauté und NIVEA Deo erzielt. Besonders stark war die Entwicklung wieder in Osteuropa.

Im Bereich der Hautpflege wurden mit den NIVEA-Produkten (NIVEA Creme, NIVEA Soft, NIVEA Hand, NIVEA body) in einem stark umkämpften und nur schwach wachsenden Markt weitere Marktanteile gewonnen. Die Produktneueinführungen bei NIVEA body wie die Seiden-Schimmer Lotion und NIVEA body Milk mit Mandelöl trugen wesentlich zur positiven Entwicklung dieses

Produktbereiches bei. Erstmals konnte die Marktführerschaft in Australien und in der Türkei erreicht werden.

Im Gesichtspflegemarkt legten die Marken NIVEA VISAGE und NIVEA VITAL zweistellig zu und erreichten erstmals in Rumänien und Norwegen die Marktführerschaft. Impulse setzten insbesondere die Neueinführungen NIVEA VISAGE Q10 PLUS und NIVEA VISAGE AQUA BEAUTY sowie die überarbeitete NIVEA VITAL-Linie. Überdurchschnittliche Wachstumsraten wurden in Großbritannien, Norwegen und Spanien erzielt.

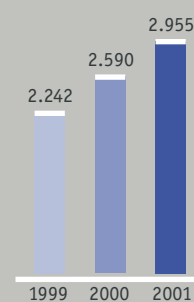
Das Deomittel-Geschäft mit den Marken 8x4 und NIVEA Deo entwickelte sich ebenfalls sehr erfreulich. Unterstützt durch innovative Sortimentserweiterungen wie NIVEA DEO COMPACT wurde die führende Position in Europa ausgebaut. In Bulgarien, Portugal, Polen und in der Türkei wurde NIVEA Deo erstmalig Marktführer.

Im wettbewerbsintensiven europäischen Markt der Dekorativen Kosmetik konnte NIVEA Beauté die Marktposition ausbauen. Neuartige Produkte, wie NIVEA Beauté GLOSS LACQUER und NIVEA Beauté COLOUR & CALCIUM, unterstützten diese erfolgreiche Entwicklung. Insbesondere in den Ländern Belgien, Dänemark, Frankreich und der Schweiz wurde ein überdurchschnittlich hohes Wachstum erreicht.

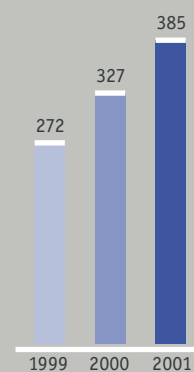
NIVEA Baby erzielte im hart umkämpften Baby-Pflegemarkt über alle Länder ein zweistelliges Umsatzplus. Es wurden die überarbeiteten NIVEA Baby Tücher mit dem Clean & Soft System eingeführt. Der Eintritt in den polnischen Markt war sehr erfolgreich. Sehr gute Steigerungsraten wurden in Italien, Kroatien, der Schweiz sowie in Osteuropa und Lateinamerika erzielt.

Eine dynamische Entwicklung verzeichnete das Sortiment von NIVEA FOR MEN. Motor des Wachstums war unter anderem der Ausbau des Gesichtspflege- und Reinigungssortimentes sowie die Einführung in den USA. Erstmals wurde die Marktführerschaft in der Türkei erreicht.

Umsatzentwicklung cosmed
(in Mio. €)



Betriebliches Ergebnis (EBIT) cosmed
(in Mio. €)





Anzeige 2001 NIVEA Sun farbiges Sun-Spray für Kinder, Frankreich



Anzeige 2001 NIVEA Hair Care, Deutschland

Mit der Einführung von NIVEA Sun Farbiges Sun-Spray für Kinder mit Lichtschutzfaktor 30 und der Überarbeitung des Designs und der Formeln für die NIVEA Sonnencreme-Produkte wurde die führende Position im europäischen Markt der Sonnenschutzmittel ausgebaut. Überdurchschnittlich hohes Umsatzwachstum von NIVEA Sun in Brasilien, Chile und Mexiko sowie in Japan, Korea und Thailand stärkte die Marktposition in diesen Ländern erheblich.

Auch im Markt für Bade- und Duschzusätze legte NIVEA zweistellig zu. Besonders erfreulich war die Entwicklung in Osteuropa und in Afrika/Asien/Australien. Im Dusch-Segment wurde erstmals die Marktführerschaft in Österreich, Polen, Rumänien und Russland erreicht.

Nach erfolgreicher Überarbeitung des NIVEA Haarpflege-Sortiments im Jahr 2000 wurde auch das NIVEA Haarstyling-Sortiment im Oktober 2001 mit neuem Design und neuen Formeln eingeführt. Neben dem Wachstum in bestehenden Märkten trugen Produktneueinführungen und die Expansion in neue Länder maßgeblich zum Erfolg bei. So wurde zum Beispiel eine acht Produkte umfassende, innovative Produkt-Serie mit UV-Filter für coloriertes Haar eingeführt, die den gegenwärtigen Trend zu Colorationen nutzt. Darüber hinaus wurden das Haarpflege-Sortiment in Italien und das Styling-Sortiment in Griechenland erfolgreich eingeführt.

Im Lippenpflegebereich konnte mit den Marken Labello und NIVEA Lip Care die Marktführerschaft in vielen Ländern weiter ausgebaut werden. Unterstützt durch zahlreiche Produktneueinführungen, wie Labello Pearl & Shine, verzeichnete Labello unter anderem in Frankreich, Belgien, Italien, in den Niederlanden und in der Schweiz eine besonders dynamische Entwicklung.

Schwierig gestaltete sich die geschäftliche Entwicklung im hochwertigen „duty free“-Bereich besonders im letzten Quartal 2001. Trotzdem setzte la prairie das seit Jahren zweistellige Umsatzwachstum fort.

Das EBIT der Sparte cosmed stieg deutlich von 327 Mio. € auf 385 Mio. €. Die Sparte erreichte damit eine Verbesserung der EBIT-Umsatzrendite von 12,6 % auf 13,0 %.

medical

Die Sparte medical konzentriert sich zunehmend auf das Endverbraucher-geschäft mit Markenartikeln. Dabei entwickelt, produziert und vermarktet sie Produkte in den Bereichen Dermatologie (medizinische Hautpflege) und Personal Health Care (Endverbraucherprodukte für Wundpflege und gegen körperliche Beschwerden).

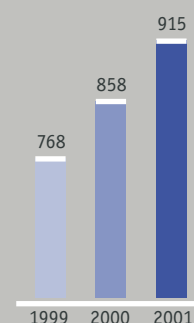
Der Schwerpunkt der Aktivitäten liegt auf der Weiterentwicklung der internationalen Pflastermarken (Hansaplast, Elastoplast, CURAD, CURITAS), der Bandagen-Verbrauchermarke FUTURO sowie der medizinischen Hautpflege-marke Eucerin.

Das weltweite Geschäft der professionellen Wundversorgung und der Orthopädie/Phlebologie wurde im April 2001 in das zusammen mit Smith & Nephew plc. gegründete Gemeinschaftsunternehmen BSN medical GmbH & Co. KG eingebracht.

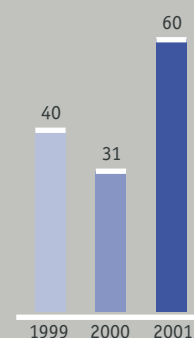
Die Sparte medical verzeichnete im Berichtsjahr insgesamt ein Wachstum von 6,5 % auf 915 Mio. €. Zu konstanten Wechselkursen betrug die Entwicklung 6,4 %. Das Wachstum im Kernsegment, bestehend aus den Bereichen Dermatologie und Personal Health Care, betrug 17,4 %.

Das verbraucherorientierte Pflastergeschäft, in dem Beiersdorf in vielen Ländern der Welt Marktführer ist, erzielte ein zweistelliges Wachstum. Dies wurde besonders gefördert durch die Einführung neuer, innovativer Produkte. In Europa wurde der neue Hansaplast und Elastoplast Active Gel Strip eingeführt. Dieses Pflaster auf Polyurethan-Basis ist flexibel und wasser-

Umsatzentwicklung medical
(in Mio. €)



Betriebliches Ergebnis (EBIT) medical
(in Mio. €)





Elastoplast Active Gel Strip

fest. Es bildet ein feuchtes Wundheilungsklima, in dem Wunden schneller heilen und weniger Narben hinterlassen. Sehr erfolgreich war auch das Narben-Reduktions-Pflaster, das jetzt auch in Malaysia, Singapur, Thailand, Südafrika und Kolumbien erhältlich ist.

Pflaster-Neueinführungen wurden in den unterschiedlichen Regionen der Welt unter den Marken Hansaplast, Elastoplast, CURAD oder CURITAS durchgeführt. Unter anderem wurden in Europa und Asien rechtzeitig zum Start des Kinofilms Kinderpflaster mit „Harry Potter“-Motiven auf den Markt gebracht. Seit Mai 2001 ist Hansaplast auch auf dem polnischen Markt präsent.

Nach erfolgreicher Einführung in Deutschland wurde die FUTURO Rückenbandage in weiteren europäischen Märkten eingeführt.

Eucerin erreichte durch Innovation und Erschließung neuer regionaler Märkte ebenfalls ein zweistelliges Wachstum. Besonders erfolgreich war Eucerin im Bereich der medizinischen Gesichtspflege in Europa und den USA. Dabei standen die Produktserien Eucerin VITAL RETINOL sowie Eucerin Q10 im Mittelpunkt der Aktivitäten.



Eucerin Hydro-Protect

Mit der Einführung von Eucerin Hydro-Protect erfolgte ein wichtiger Schritt in ein neues, dermatologisch relevantes Marktsegment von hochwirksamen Gesichtscremes für den täglichen Schutz vor vorzeitiger Hautalterung. Um Langzeitschäden der Haut vorzubeugen, fordern Dermatologen den Schutz der empfindlichen Gesichtshaut vor der täglichen Umweltbelastung, insbesondere durch freie Radikale und UV-Strahlung. Eucerin Hydro Protect wird diesen Forderungen voll gerecht.

Zum 01. Juli 2001 wurden die beiden französischen Apothekenmarken Onagrine und Nobacter (Umsatz seit Juli 2001: 6 Mio. €) erworben. Bei Onagrine handelt es sich um eine der führenden Gesichtspflegeserien, bei Nobacter um den Marktführer in der Rasierpflege im französischen Apothekenmarkt. Durch den Erwerb dieser medizinischen Hautpflegemarken verschaffte sich Beiersdorf den Zugang zu dem französischen Apothekenmarkt für medizinische Hautpflege.

Das neu gegründete Gemeinschaftsunternehmen BSN medical hatte einen guten Start. Die Integration der Geschäfte von Beiersdorf und Smith & Nephew gelang sehr gut, unsere Erwartungen wurden voll erfüllt. Besonders die für die Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebes notwendigen Prozesse liefen reibungslos. Schon in den ersten Monaten konnten erwartete Synergien und Vorteile der Zusammenlegung erreicht werden. Die sich ergänzenden Stärken der beiden Partner wurden umfassend genutzt. Der in den Beiersdorf-Abschluss einbezogene Umsatz (50 %) der neunmonatigen Geschäftstätigkeit betrug 196 Mio. €.

Das EBIT der Sparte medical lag mit 60 Mio. € deutlich über dem Ergebnis des Vorjahres (31 Mio. €). Es enthält neben dem Ertrag von 38 Mio. € aus dem Verkauf des Geschäfts der speziellen Wundversorgung noch Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 12 Mio. €. Ohne diese Sondereffekte erreichte die Sparte medical ein EBIT von 34 Mio. €. Dies entspricht einer operativen EBIT-Umsatzrendite von 3,7% (Vorjahr: 3,7%).

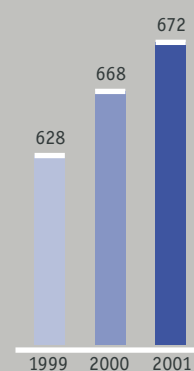
tesa

Die Sparte tesa entwickelt, produziert und vermarktet klebende Produkte für industrielle und private Kunden. Dabei stehen Anwendungen für innovative Problemlösungen in drei Anwendungsfeldern im Vordergrund. Sie umfassen Befestigungs- und Verbindungslösungen mittels doppelseitiger Klebebänder (Fastening), Schutz- und Abdecksysteme (Masking) und Systeme zur Innen- und Außenverpackung (Packaging).

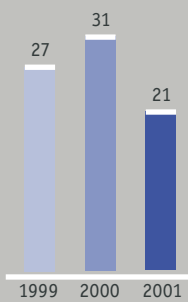
Der Umsatz der Sparte tesa lag mit 672 Mio. €, entgegen dem rückläufigen Trend der Branche, 0,5 % über dem Vorjahr. Zu konstanten Wechselkursen betrug das Wachstum 0,6 %.

Das tesa Geschäft wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr erheblich durch die schwache Konjunktur beeinträchtigt. Dies galt insbesondere für die Volumensprodukte bei Abdeck- und Verpackungsbändern. Es gelang tesa, diesen Rückgang durch Einführung von neuen Spezialprodukten für die Industrie und Innovationen für das Endverbrauchergeschäft zu kompensieren.

Umsatzentwicklung tesa
(in Mio. €)



Betriebliches Ergebnis (EBIT) tesa
(in Mio. €)



Im Bereich der Befestigungssysteme (Fastening) hat sich das Produktsortiment für die Papier- und Druckindustrie tesa "Easy Splice" durch seine erneut sehr guten Steigerungsraten zu einem der wichtigsten Segmente bei den Befestigungssystemen entwickelt. Weitere Innovationen lassen auch für das Jahr 2002 gutes Wachstum erwarten. Die Umsätze mit Produkten für die Klischeeverklebung konnten ebenfalls gesteigert werden. Das Sortiment für großflächige Verklebungen, das auch die Klebebänder für Stanzlingsanwendungen umfasst, wurde grundlegend überarbeitet. Dadurch wurde neues Geschäft hinzugewonnen und der Umsatzrückgang mit den Herstellern für Mobilfunkgeräte kompensiert.

Im Bereich Schutz- und Abdecksysteme (Masking) wurden in dem stagnierenden Marktumfeld der Automobilindustrie in allen Regionen Umsatz und Marktanteil deutlich gesteigert. Ursache für diesen Erfolg waren eine Spezialisierung des Vertriebs, Innovationen wie z. B. tesa „Sleeve“ (flexible Ummantelung im Kabelsatzgeschäft) und die Durchsetzung der Produktfamilien tesa „Bodyguard“ (Transport- und Montageschutz für Automobilkarosserien) und tesa „Glassguard“ (hochtransparenter und kratzfester Folienschutz für Windschutzscheiben). Das Autolackierergeschäft wurde mit Neuheiten wie tesa „Easy Foam“ (Schutz vor Lacknebeln in Türzwischenräumen) weiterentwickelt. Dagegen entwickelte sich das Geschäft im Malereibedarfshandel und im allgemeinen Distributionsgeschäft leicht rückläufig.



tesa Sleeve

Im Bereich Systeme zur Innen- und Außenverpackung (Packaging) war die Entwicklung in dem Massenmarkt für Bündel- und Kartonverschlussklebebänder im zweiten Halbjahr durch die schwache Konjunktur geprägt. Erfreulich entwickelten sich diese Geschäfte jedoch in Nord- und Osteuropa. Erste Wachstumsimpulse lieferte das Geschäft mit neuen Sicherheitsklebebändern, die eine Manipulation an Kartons während Transport und Lagerung sichtbar machen.

Das Endverbrauchergeschäft verzeichnete trotz leicht rückläufiger Märkte erfreuliche Zuwachsraten in allen Regionen Europas und in Südamerika. Aufgrund verstärkter internationaler Verkaufsförderungsaktionen konnten in den Produktbereichen tesafilm und tesaband Marktanteile gewonnen und die ohnehin führende Position weiter ausgebaut werden. Im Bereich Powerstrips wurden durch Innovationen wie transparente Deco Powerstrips und Haken die Verwendungsmöglichkeiten erfolgreich erweitert. Mit attraktiven „Harry Potter“-Haken wurden neue Zielgruppen angesprochen. Die Einführung der neuen Produktgruppe tesa Kleister erreichte schnell die erforderliche Distribution und bestätigte die Fähigkeit, tesa in diesem insbesondere in Deutschland bedeutenden Markt als langfristigen Wettbewerber zu etablieren. Im Bereich der Teppichverlegebänder wurde durch eine Neu-Positionierung des Sortimentes der Umsatz überproportional gesteigert.



Deco Powerstrips

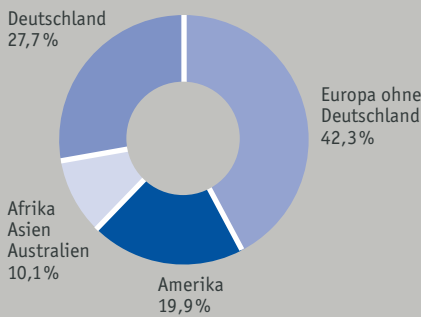
Das tesa Geschäft wurde planmäßig im April mit wirtschaftlicher Rückwirkung zum 01. Januar 2001 in eine Aktiengesellschaft eingebracht. Damit wurden die tesa Strukturen und Geschäftsprozesse auf die Erfolgsfaktoren des überwiegend industriellen Klebebandgeschäfts ausgerichtet, um Innovationen schneller umsetzen zu können. Die Umstrukturierung ist in Deutschland und Asien bereits abgeschlossen. In Europa und Amerika sind die notwendigen Maßnahmen vorbereitet und werden schrittweise umgesetzt.

tesa erreichte ein EBIT von 21 Mio. € und eine EBIT-Umsatzrendite von 3,1% (Vorjahr: 4,6%). Im Zusammenhang mit der Gründung der tesa AG entstanden Einmalkosten in Höhe von 9 Mio. €, die im EBIT berücksichtigt sind. Ohne Einbeziehung der Einmalaufwendungen ergeben sich ein EBIT von 30 Mio. € und eine EBIT-Umsatzrendite von 4,4%.



Powerstrips „Harry Potter“-Haken

Anteile der Regionen am Konzernumsatz 2001



Geschäftsentwicklung in den Regionen

Deutschland

In Deutschland konnte der Umsatz um 3,2% auf 1.256 Mio. € gesteigert werden. Der Anteil der Region Deutschland am Konzernumsatz verringerte sich von 29,6% im Vorjahr auf 27,7% im Berichtsjahr.

Der Umsatz der Sparte cosmed wuchs um 8,6% auf 798 Mio. €. Die Sparte medical erzielte in Deutschland einen Umsatz von 241 Mio. €*. Der Umsatz der Sparte tesa stieg um 1,8% auf 217 Mio. €.

Das EBIT der Region Deutschland stieg um 41,1% auf 223 Mio. €. In diesem Betrag sind der Erlös aus dem Verkauf des Geschäfts der speziellen Wundversorgung in Höhe von 38 Mio. € sowie Restrukturierungskosten und Einmalaufwendungen der Sparten medical und tesa in Höhe von 14 Mio. € enthalten.

Europa ohne Deutschland

Der Umsatz in Europa ohne Deutschland stieg um 17,6% auf 1.927 Mio. €. Zu konstanten Wechselkursen betrug das Wachstum 17,2%. Der Anteil am Konzernumsatz stieg auf 42,3% (Vorjahr: 39,8%).

Die Sparte cosmed erreichte ein sehr gutes Umsatzwachstum von 20,7% auf 1.396 Mio. €. Der Umsatz der Sparte medical betrug 256 Mio. €*. Auch tesa zeigte mit einer Steigerung von 4,1% eine erfreuliche Entwicklung und erzielte einen Umsatz von 275 Mio. €. Zu diesem Umsatzwachstum des Konzerns in Europa haben die Gesellschaften in Ost- und Südosteuropa wesentlich beigetragen. Zusätzlich konnten aber auch in anderen großen europäischen Märkten wie Großbritannien, Spanien und der Schweiz zweistellige Wachstumsraten erzielt werden.

Das EBIT in Europa entwickelte sich mit einer Steigerung von 28,7% auf 197 Mio. € deutlich überproportional. Die Bedeutung dieser Region für den Konzern nahm weiter zu.



Anzeige Bulgarien: 90 Jahre NIVEA

Investor Relations	Lagebericht	Konzernabschluss	Konzernanhang	Weitere Informationen
--------------------	--------------------	------------------	---------------	-----------------------

Amerika

In (Nord- und Süd-) Amerika entwickelte sich der Umsatz mit +8,4 % auf 903 Mio. €. Zu konstanten Wechselkursen betrug das Wachstum 9,2 %. Der Anteil dieser Region am Gesamtumsatz sank leicht auf 19,9 % (Vorjahr: 20,2 %). Die Sparte cosmed erzielte einen Umsatzanstieg von 12,7 % auf 457 Mio. €. Die Sparte medical erreichte einen Umsatz von 334 Mio. €*. Durch die stärkere Abhängigkeit von der Industriekonjunktur verzeichnete tesa einen Umsatzrückgang um 8,2 % auf 112 Mio. €.

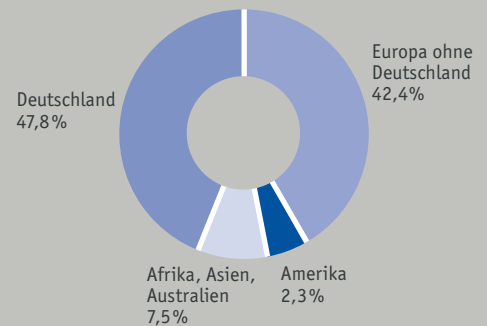
Das in Amerika erzielte EBIT sank von 37 Mio. € auf 11 Mio. €. Die wesentlichen Gründe für diese Entwicklung waren Marketinginvestitionen in dem wichtigen Markt USA, die tesa-Entwicklung sowie die unsichere wirtschaftliche Situation in Argentinien.

Afrika/Asien/Australien

Die Region Afrika/Asien/Australien erreichte eine Umsatzsteigerung von 6,4 % auf 456 Mio. €. In dieser Region hatten die Wechselkurseffekte einen großen Einfluss auf die Entwicklungszahlen. Zu konstanten Wechselkursen betrug das Wachstum 14,5 %. Der Anteil am Konzernumsatz lag bei 10,1 % (Vorjahr: 10,4 %). Die Sparte cosmed steigerte den Umsatz um 4,3 % (+13,1% zu konstanten Kursen). Die Sparte medical erreichte einen Umsatz von 84 Mio. €*. Durch die negative Wechselkursentwicklung konnte tesa mit 68 Mio. € (-1,4 %) den Vorjahresumsatz nicht erreichen. Zu konstanten Wechselkursen betrug das Wachstum bei tesa 2,6 %.

Das EBIT sank auf Grund der schwierigen wirtschaftlichen Situation in Asien von 41 Mio. € auf 35 Mio. €.

Anteile der Regionen am Betrieblichen Ergebnis (EBIT) 2001

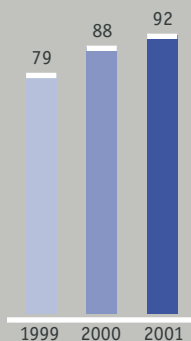


*In Malaysia geschaltet:
Eucerin Anzeige*

* Die regionalen Umsatzzahlen der Sparte medical sind durch den Verkauf des Geschäfts der speziellen Wundversorgung, die Einbringung des Professional-Geschäfts in das Gemeinschaftsunternehmen BSN medical GmbH & Co. KG sowie den Erwerb der Marken Elastoplast, Nobacter und Onagrine beeinflusst und daher mit der Vorperiode nicht vergleichbar.

Forschung und Entwicklung

Aufwand für Forschung und Entwicklung
(in Mio. €)



Der Erfolg der Beiersdorf Forschungs- und Entwicklungsarbeit liegt in der Konzentration auf die drei Kompetenzfelder Kosmetik/Körperpflege, Wundversorgung/Gesundheit und Klebtechnologie, in denen wir unsere Marken weiterentwickeln.

Im Jahr 2001 betragen die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung (ohne die Kosten der Qualitätssicherung) 92 Mio. € (2,0 % vom Umsatz). Dabei wurden der Aufwand für die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten in unserem Kerngeschäft überproportional ausgebaut und die Mitarbeiterzahlen erhöht.

Insgesamt war die Steigerung der Aufwendungen leicht unterproportional zum Umsatz. Die Sparte medical hatte aufgrund der Strukturänderungen keine erhöhten Aufwendungen. tesa konzentrierte die Entwicklungstätigkeit in Hamburg. Durch den Abbau eines Labors in den USA konnte eine Kostenreduktion erreicht werden.

Im ersten Quartal 2002 wird mit dem Neubau eines Laborgebäudes in Hamburg begonnen. Dadurch wird das hervorragende Niveau der Beiersdorf Forschung und Entwicklung weiter abgesichert. Auch in Zukunft wird Beiersdorf weiter in Forschung und Entwicklung investieren.

Kosmetik/Körperpflege

In der Sparte cosmed werden mit modernsten Verfahren der Hautstoffwechsel und die Wirkungsmechanismen der eigenen Produkte untersucht. Dabei konnten im Berichtsjahr wesentliche Fortschritte erzielt werden, z. B. bei den Prozessen der Hautalterung und der Feinregulierung des Feuchtigkeitshaushaltes der Haut. Aus diesen Erkenntnissen werden zukünftige Technologien für innovative, leistungsstarke Wirkkosmetika entwickelt.

Zudem wurden im Berichtsjahr zahlreiche Produktneuheiten eingeführt. Zwei Beispiele: Die Innovation DEO COMPACT (NIVEA und 8x4) hat den Deo-Markt nahezu revolutioniert. Der praktische kleine Zerstäuber erlaubt die gleiche



Mit der konfokalen Laserrastermikroskopie werden die Wirkungsmechanismen unserer Produkte untersucht

Investor Relations	Lagebericht	Konzernabschluss	Konzernanhang	Weitere Informationen
--------------------	--------------------	------------------	---------------	-----------------------

Zahl von Anwendungen wie ein traditionelles großes Aerosol-Deo. Das Kindersortiment wurde um das NIVEA Sun Farbiges Sun-Spray für Kinder, LF 30, erweitert. Die Farbe des Produktes zeigt den homogenen Schutzfilm auf der Haut an.

Wundversorgung/Gesundheit

Der Weg, mit neuen Technologien in der Pflaster-Herstellung innovative Produkte in der Konsumgüterindustrie zu entwickeln, wurde innerhalb der Sparte medical konsequent weiterverfolgt. Ein Schwerpunkt: der Ausbau der Kompetenz für Polyurethan-Pflaster, mit deren Hilfe das Prinzip der so genannten feuchten Wundheilung erstmals dem Verbraucher angeboten werden konnte. Unter den Markennamen Hansaplast und Elastoplast wurden die „Active Gel Strips“ eingeführt.

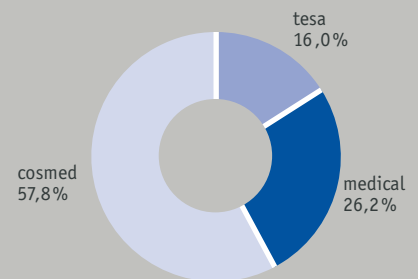
Auch die moderne, lösungsmittelfreie Hotmelt-Technologie zur Produktion von Pflastern ist inzwischen etabliert. Ihre Vorteile: günstige Kosten und verbesserte Qualität. Erste Produkte sind vom Markt gut akzeptiert worden. Im Berichtsjahr wurde Elastoplast Plastic in Kanada eingeführt, im Jahr 2002 folgt Großbritannien. Es wird geprüft, inwieweit das Verfahren auch für die Herstellung schmerzlindernder, wirkstoffhaltiger Pflaster eingesetzt werden kann.

Zusätzlich wurde ein Insektenstichpflaster entwickelt, das den Juckreiz lindert und vor Entzündungen schützt. Dieses Pflaster kommt im Jahr 2002 unter dem Markennamen Hansaplast in Frankreich auf den Markt.

Klebertechnologie

Auch im Jahr 2001 konzentrierte sich tesa auf die erfolgreiche Bearbeitung von lösungsmittelfreien Klebstoffen und Beschichtungsverfahren sowie auf die Entwicklung innovativer Polymersysteme für doppelseitige Klebebänder. In Offenburg wurde eine Anlage in Betrieb genommen, die mit neu entwickelten leistungsstarken und umweltfreundlichen Haftklebstoffen eine neue Generation von Klebebändern für Verbraucher- und Industrienanwendungen produziert.

Aufwand für Forschung und Entwicklung 2001 nach Sparten



Markteinführung 2002 in Frankreich:
Hansaplast Insektenstichpflaster



Mit Hilfe eines Laserlithographen werden Daten auf einem Spezialfilm gespeichert

Die seit mehreren Jahren gemeinsam mit Forschern der Universität Mannheim und dem EML Heidelberg betriebene Entwicklung der Holospot-Technologie ist inzwischen weit vorangeschritten. Das Verfahren, bei dem Daten mittels Laserstrahlen auf Spezialfilm gespeichert werden, eröffnet in vielen Bereichen mit sensibler Sicherheitsproblematik erhebliche Marktchancen. tesa hat daher zusammen mit den Forschungspartnern das Tochterunternehmen tesa scribos GmbH in Heidelberg gegründet, das die technische Weiterentwicklung bis zur Marktreife und die Verwertung übernimmt.

Investitionen

Im Berichtsjahr wurden 233 Mio. € in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen investiert. Für insgesamt 40 Mio. € wurden die französischen Apothekenmarken Onagrine und Nobacter sowie die Kosmetikmarke Marlies Möller erworben. In Polen wurde der Neubau der cosmed-Fabrik im Gesamtinvestitionswert von 22 Mio. € fertig gestellt. Diese hochmoderne Fabrik ersetzt die beim Kauf des Unternehmens übernommenen alten Anlagen der Beiersdorf Lechia S.A.



Neues Produktionswerk in Polen

Zum Ende des Jahres 2001 nahm tesa die erste lösemittelfreie Großanlage zur Herstellung von Klebebändern im Werk Offenburg, Deutschland, in Betrieb. Auf dieser Anlage wird mit neu entwickelten leistungsstarken und umweltfreundlichen Haftklebstoffen eine neue Generation von Klebebändern für Verbraucher- und Industrieanwendungen produziert. Damit wurde ein wichtiges Technologieprojekt erfolgreich realisiert. Die Anlage wird die Wachstumschancen von tesa in den kommenden Jahren deutlich verbessern.

Das gesamte Investitionsvolumen (ohne Finanzanlagen) der Sparte cosmed betrug 119 Mio. €, die Sparte medical investierte 66 Mio. € und tesa 48 Mio. €.

Investor Relations	Lagebericht	Konzernabschluss	Konzernanhang	Weitere Informationen

In Deutschland wurden 116 Mio. € in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte investiert, der überwiegende Teil in der Beiersdorf AG. In Europa ohne Deutschland betragen die Investitionen 82 Mio. €, in Amerika 22 Mio. € und in Afrika/Asien/Australien 13 Mio. €.

Die Finanzinvestitionen des Konzerns betragen im Berichtsjahr 8 Mio. € und betrafen im Wesentlichen den Erwerb von Anteilen an der Florena Cosmetic GmbH, Waldheim.

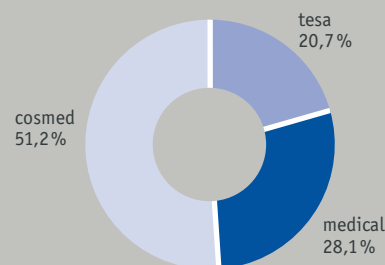
Im ersten Quartal 2002 beginnt der Bau eines neuen Laborgebäudes für den Forschungs- und Entwicklungsbereich der Sparte cosmed. Das Gesamtvolumen dieser Investition wird etwa 38 Mio. € betragen. Mit dieser Investition wird die herausragende Position der cosmed Forschung und Entwicklung gestärkt.

Der Neubau der cosmed Fabrik in Brasilien wird Anfang 2003 abgeschlossen. Die übrigen Investitionsschwerpunkte der Sparte cosmed betreffen die Erweiterung und Rationalisierung von Anlagen in bestehenden Produktionsstandorten. Die Großprojekte der kommenden Jahre bei tesa sind die Neuausrichtung der Logistik in Europa sowie die Fortführung der Technologieprojekte in der Produktion.

Das Investitionsvolumen für Sachanlagen im Konzern wird weiter relativ konstant bleiben. Dabei wird es sich überwiegend um Erweiterungs- und Rationalisierungsinvestitionen im Produktionsbereich sowie in Einzelfällen um große Logistik- oder Forschungs- und Entwicklungsinvestitionen handeln. Branchenspezifisch liegt das Investitionsniveau, gemessen an den üblichen Kennziffern, relativ niedrig.

Investitionen in Finanzbeteiligungen und Markenrechte werden immer dann durchgeführt, wenn sich für Beiersdorf im Rahmen der Strategie sinnvolle Gelegenheiten ergeben.

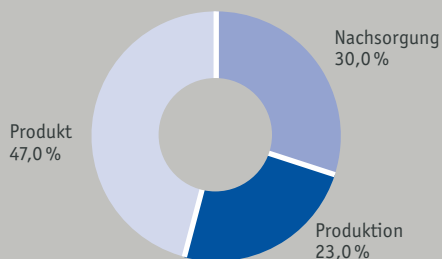
Anteile der Sparten an Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände im Konzern 2001



Modell des neuen Forschungszentrums

Umweltschutz und Sicherheit

Umweltschutzaufwand Konzern 2001



Audit in der Produktionsstätte von JUVENA/la prairie

„Die Schonung der Umwelt“ und „höchste Sicherheit für alle Mitarbeiter“: Mit diesen beiden maßgeblichen Vorgaben betreibt Beiersdorf ein dreistufiges Umweltschutz- und Sicherheitskonzept, das von der Produktentwicklung über den Produktionsprozess bis hin zu umweltgerechten Entsorgungsverfahren reicht und in alle Geschäftsabläufe integriert ist.

Unsere Investitionen – etwa eine neue Anlage zur Abwasserreinigung in Malaysia – sind ein Bekenntnis zur Responsible Care und damit zu einem besonders nachhaltigen Umgang mit Umweltressourcen. Jährlich wenden wir dafür ca. 40 Mio. € auf.

Auch bei der Sicherheit für unsere Mitarbeiter verfolgen wir ein klares Ziel: „Null Unfälle im Betrieb“. Nach vielen Jahren der Unfallfreiheit in der Produktion gab es im Berichtszeitraum 2001 trotzdem einen Vorfall: In einem Hamburger Werk kam es an einer Entsalzungsanlage zu einer Störung. Durch das reibungslose Krisenmanagement vor Ort konnte jedoch schnell und ohne große Komplikationen Abhilfe geschaffen werden. Zusätzliche Maßnahmen, um solche Unfälle zukünftig zu vermeiden, wurden entwickelt und gezielt umgesetzt.

Die internen Umweltschutz- und Sicherheitsprüfungen erfolgen konzernweit in Anlehnung an internationale Normen (DIN/ISO 14001 und EMAS-Verordnung). Im Berichtsjahr wurden die Produktionsstätten von Beiersdorf Mexiko und JUVENA, Baden-Baden, auditiert.

Diese Audits dokumentieren unseren hohen Standard, der auch von externen Institutionen bestätigt wird. Für uns ist das Anerkennung und Herausforderung zugleich: Wir streben nach einer weiteren Verringerung der Unfälle im Betrieb, wir werden weiter den Verbrauch von Ressourcen reduzieren und die Unterstützung von Produktionsstandorten innerhalb der Beiersdorf-Gruppe ausbauen.

Risikomanagement

Beiersdorf ist im Rahmen seiner weltweiten geschäftlichen Tätigkeit unterschiedlichsten Risiken ausgesetzt, die untrennbar mit seinem unternehmerischen Handeln verbunden sind. Unsere Risikopolitik zielt darauf ab, vorhandene Chancen optimal auszuschöpfen und Risiken nur dann einzugehen, wenn ihnen im Gegenzug die Chance auf eine entsprechende Wertsteigerung gegenübersteht.

Das Risikomanagement ist daher bei Beiersdorf als integraler Bestandteil in die Unternehmensführung und die Gestaltung unserer Geschäftsprozesse eingebunden. Das Management der operativen Risiken erfolgt weitgehend dezentral, die Verantwortung liegt jeweils in den operativen Bereichen und Gesellschaften. Übergreifende internationale Risiken wie Markenführung, Produktions- und Sicherheitsstandards, Finanzierung und Wertentwicklung des Konzerns werden zentral überwacht. Besondere Beachtung schenken wir dem Erhalt und Ausbau des Wertes unserer großen Marken, die besonderen Risiken ausgesetzt sind und entsprechend geschützt werden müssen.

Die Interne Revision, ein zielorientiertes Controlling mit detaillierten Planungs- und Steuerungsprozessen sowie ein regelmäßiger Strategieabgleich sorgen für die Ausgewogenheit von Chancen und Risiken. Effizienz und Zuverlässigkeit des Systems werden von unseren Wirtschaftsprüfern kontrolliert.

Der Einfluss der allgemeinen konjunkturellen Entwicklung auf die Risikolage des konsumnahen Endverbrauchergeschäftes ist begrenzt. Die relativ konstante Nachfrage der Verbraucher, die nur von dem allgemeinen Konsumklima abhängig ist, sorgt für eine stabile Auftragslage. Das Industriegeschäft von tesa ist in höherem Maße vom allgemeinen Konjunkturverlauf abhängig. Innerhalb dieser wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist Beiersdorf auf seinen weltweiten Märkten einem intensiven Preis-, Qualitäts- und Innovationswettbewerb ausgesetzt. Den damit verbundenen Risiken begegnet Beiersdorf durch eine umfassende und kontinuierliche Markenpflege zum Ausbau und zur Sicherung seiner Marktposition.

Starke Marken auf der Basis von Innovation und Kompetenz wirken zugleich den Risiken einer zunehmenden Konzentration im Handel entgegen. Wettbewerbs- und Marktanalysen bilden Veränderungen im Geschäftsumfeld frühzeitig ab und ermöglichen eine effiziente, vorausschauende Marktbearbeitung. Der kontinuierliche Ausbau unserer Innovationsaktivitäten bildet dabei eine zentrale Voraussetzung für die Sicherung des zukünftigen Unternehmenserfolgs. Die Gestaltung der Geschäftsstruktur erfolgt auf der Basis unserer Strategie.

Mit der Beschaffung von Rohstoffen und der Inanspruchnahme von Leistungen Dritter sind für Beiersdorf Risiken hinsichtlich Qualitätssicherung, Liefertreue und Kosten verbunden. Eine kontinuierliche Beobachtung der entsprechenden Märkte sowie langfristig ausgerichtete Rahmenverträge wirken diesen Risiken entgegen.

Die Produktions- und Logistikaktivitäten sind Qualitätsrisiken, Arbeitssicherheits- und Umweltrisiken sowie Unterbrechungsrisiken ausgesetzt. Ständige prozessbegleitende Kontrollen auf der Basis internationaler Standards begrenzen diese Risiken.

Aufgrund der ständig wachsenden Anforderungen an die internen und externen Kommunikationsbeziehungen richten wir verstärkte Aufmerksamkeit auf die Sicherheit unserer IT-Systeme. In dem Bereich der Datenverarbeitung verbessern wir durch den Einsatz neuer Systeme die Effizienz, Verfügbarkeit und Zuverlässigkeit.

Die zukünftige Entwicklung von Beiersdorf wird durch unsere Mitarbeiter getragen. Kürzere Innovationszyklen und zunehmende internationale Verknüpfungen stellen dabei immer höhere Anforderungen an die Qualifikation von Fach- und Führungskräften. Um Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden, pflegen wir enge Kontakte zu Universitäten und bieten attraktive Vergütungssysteme und Weiterbildungsprogramme an.

Währungs-, Zins- und Liquiditätsrisiken unterliegen einem aktiven Treasury Management auf der Basis weltweit geltender Richtlinien. Sie werden in weiten Bereichen zentral gesichert. Der Einsatz derivativer Finanzinstrumente dient ausschließlich der Sicherung operativer Grundgeschäfte und betriebsnotwendiger Finanztransaktionen. Dem Konzern entstehen daraus keine zusätzlichen Risiken (s.a. Konzernanhang, Ziffer 32).

Rechtliche Risiken werden von unserer Rechtsabteilung in enger Zusammenarbeit mit den operativen Funktionen und den Geschäftsleitungen der Tochterunternehmen analysiert. Für erkennbare Risiken wurden in der Bilanz Rückstellungen gebildet.

Aus heutiger Sicht weist der Beiersdorf-Konzern keine bestandsgefährdenden Risiken mit nennenswerter Eintrittswahrscheinlichkeit auf.

Ausblick und Prognose

Strategische Zielsetzung

Nach den im Jahr 2001 durchgeführten Veränderungen der Geschäftsstruktur durch die Einbringung des tesa-Geschäfts in eine Aktiengesellschaft und der Gründung des Gemeinschaftsunternehmens BSN medical GmbH & Co. KG konzentrieren wir uns in Zukunft auf die Weiterentwicklung des Beiersdorf-Kerngeschäfts mit unseren großen, verbrauchernahen Marken.

Für die nächsten Jahre streben wir ein durchschnittliches jährliches Umsatzwachstum ohne wesentliche Zukäufe in Höhe von 8 % bis 10 % an. Dieses Ziel wollen wir über einen weiteren Ausbau unserer Marken erreichen. Die Marktführerschaft soll verstärkt, neue Produktkategorien sollen eingeführt und neue regionale Märkte erschlossen werden. Das Umsatzwachstum soll mit einer überproportionalen Steigerung des operativen Ergebnisses verbunden sein. Wir streben eine Verbesserung der EBIT-Umsatzrendite für den Konzern auf 12 % an. Diese Zielgröße gilt langfristig auch für jeden einzelnen Geschäftsbereich.

Wirtschaftliches Umfeld

Für die wirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2002 gehen wir für unsere Planungen davon aus, dass sich die rezessiven Tendenzen des letzten Geschäftsjahres nicht weiter fortsetzen. Wir erwarten, dass die Zinssenkungen des vergangenen Jahres sowie die angekündigten Konjunkturprogramme in den USA die wirtschaftliche Entwicklung in Amerika und Europa stabilisieren. In Japan wird die wirtschaftliche Situation nach unserer Einschätzung weiter kritisch bleiben. Insgesamt gehen wir daher nicht von einer grundsätzlichen Verbesserung der wirtschaftlichen Situation aus. Für die Konsumausgaben erwarten wir weltweit ähnlich niedrige Wachstumsraten wie im Jahr 2001.

Auf den Beschaffungsmärkten wird sich im Jahr 2002 der Trend zur Preisstabilität verstärken. Wir erwarten, dass es in vielen Bereichen unserer Beschaffungsmärkte zu einem Käufermarkt kommen wird. Zusätzlich wird der erweiterte Einsatz moderner Instrumente und Methoden im Bereich der Beschaffung zur Preisstabilität beitragen. Daher erwarten wir für das Jahr 2002 überwiegend konstante Beschaffungspreise, in Teilbereichen sogar Preisrückgänge.

Erwartungen für das Geschäftsjahr 2002

Die Sparte cosmed plant auf dieser Grundlage für das Jahr 2002 eine Umsatzsteigerung von etwa 8 % bei Fortsetzung der überproportionalen Entwicklung der Marke NIVEA. Der Umsatz in Europa (ohne Deutschland) soll zweistellig wachsen, besonders getrieben durch die gute Entwicklung in Osteuropa. Die EBIT-Umsatzrendite der Sparte cosmed wird wieder oberhalb von 12 % erwartet.

Durch den Verkauf des Geschäftes der speziellen Wundversorgung sowie durch die strukturellen Effekte, bedingt durch die Einbringung des Professional-Geschäfts in das Gemeinschaftsunternehmen BSN medical, liegt das für 2002 geplante Umsatzwachstum der Sparte medical bei nur 1%. Bezogen auf den Umsatz mit den verbrauchernahen Marken plant die Sparte medical jedoch eine deutliche Umsatzsteigerung. Die EBIT-Umsatzrendite wird bei etwa 4 % erwartet. Das Ergebnis wird auch im Geschäftsjahr 2002 noch von Restrukturierungsaufwendungen durch das neue Gemeinschaftsunternehmen BSN medical belastet sein.

Für tesa wird die Entwicklung auch im Jahr 2002 weiter stark von der allgemeinen Konjunktorentwicklung beeinflusst. Die Anstrengungen werden darauf konzentriert, den Umsatz des Jahres 2001 wieder zu erreichen. Da die Umstrukturierung bei tesa noch nicht vollständig beendet ist, wird auch das Ergebnis 2002 noch Restrukturierungsaufwand beinhalten. Trotzdem strebt tesa für das Jahr 2002 wiederum eine EBIT-Umsatzrendite von 2 % an.

Für den Konzern planen wir ein Umsatzwachstum von über 5 %, wobei wir bei der Einschätzung der Entwicklung der Wechselkurse vorsichtig vorgegangen sind. Werden die geplanten Umsätze zu konstanten Kursen umgerechnet, ergibt sich eine Umsatzsteigerung von über 8 %. Die EBIT-Umsatzrendite für den Konzern erwarten wir bei über 10 %, den Jahresüberschuss bei über 6 %.

Gewinn- und Verlustrechnung des Beiersdorf-Konzerns

(in Mio. €)	Anhang	2000	2001
Umsatzerlöse	(1)	4.116	4.542
Kosten der umgesetzten Leistungen	(2)	-1.579	-1.725
Bruttoergebnis vom Umsatz		2.537	2.817
Marketing- und Vertriebskosten	(3)	-1.793	-2.042
Forschungs- und Entwicklungskosten	(4)	-88	-92
Allgemeine Verwaltungskosten	(5)	-185	-215
Sonstige betriebliche Erträge	(6)	81	148
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(7)	-163	-150
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		389	466
Zinsergebnis	(8)	5	10
Übrige finanzielle Erträge und Aufwendungen	(9)	-12	-8
Finanzergebnis		-7	2
Ergebnis vor Steuern		382	468
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(10)	-156	-183
Jahresüberschuss		226	285
Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn	(11)	-6	-6
Veränderung der Gewinnrücklagen		-136	-170
Konzerngewinn (Dividende der Beiersdorf AG)		84	109
Ergebnis je Aktie (in €)	(12)	2,61	3,32

Bilanz des Beiersdorf-Konzerns

Aktiva (in Mio. €)	Anhang	31.12.00	31.12.01
Immaterielle Vermögensgegenstände	(14)	118	138
Sachanlagen	(15)	808	871
Finanzanlagen	(16)	24	18
Anlagevermögen		950	1.027
Vorräte	(17)	595	695
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	(18)	610	660
Übrige Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	(18)	150	109
Wertpapiere und Flüssige Mittel	(19)	632	714
Umlaufvermögen		1.987	2.178
Latente Steuern	(10, 20)	19	18
Rechnungsabgrenzungsposten	(21)	25	24
		2.981	3.247
Passiva (in Mio. €)			
Gezeichnetes Kapital	(22)	215	215
Kapitalrücklage	(25)	47	47
Gewinnrücklagen	(26)	1.039	1.204
Konzerngewinn		84	109
Unterschied aus Währungsumrechnung		49	40
Eigenkapital ohne Fremdanteile		1.434	1.615
Anteile anderer Gesellschafter	(27)	24	21
Eigenkapital		1.458	1.636
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	(28)	417	405
Übrige Rückstellungen	(29)	411	458
Rückstellungen		828	863
Finanzverbindlichkeiten	(30)	83	129
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	(30)	356	337
Übrige Verbindlichkeiten	(30)	147	164
Verbindlichkeiten		586	630
Latente Steuern	(10, 20)	103	113
Rechnungsabgrenzungsposten		6	5
		2.981	3.247

Kapitalflussrechnung des Beiersdorf-Konzerns

(in Mio. €)	Anhang	2000	2001
Flüssige Mittel/Wertpapiere am 01.01.	(19)	622	632
Betriebliches Ergebnis (EBIT)		389	466
Gezahlte Ertragsteuern		-148	-146
Abschreibungen auf das immaterielle und Sachanlagevermögen		149	154
Veränderung der langfristigen Rückstellungen (ohne Zinsanteil)		-5	-20
Ergebnis aus dem Abgang von immateriellem und Sachanlagevermögen		1	2
Brutto-Cash-Flow		386	456
Zunahme der Vorräte	(17)	-76	-80
Zunahme der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände		-106	-3
Zunahme der Verbindlichkeiten und kurzfristigen Rückstellungen		66	-26
Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit		270	347
Ausgaben für Investitionen in das Anlagevermögen		-249	-241
Einnahmen aus Abgängen des Anlagevermögens		19	6
Zins-, Dividenden- und sonstige Finanzeinnahmen		39	50
Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit		-191	-185
Free-Cash-Flow		79	162
Zunahme/Abnahme der Finanzverbindlichkeiten	(30)	21	46
Zins- und sonstige Finanzausgaben		-34	-42
Gezahlte Dividende Beiersdorf AG		-60	-84
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit		-73	-80
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes		2	0
Konsolidierungskreisbedingte und sonstige Veränderungen des Finanzmittelbestandes		2	0
Zunahme Flüssige Mittel/ Wertpapiere		10	82
Flüssige Mittel/ Wertpapiere am 31.12.	(19)	632	714

Eigenkapitalentwicklung des Beiersdorf-Konzerns

	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Konzern- gewinn	Unterschied aus Währungs- umrechnung	Anteile anderer Gesellschafter	Gesamt
(in Mio. €)							
01.01.2000	215	47	902	60	42	23	1.289
Dividende der Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-	-60	-	-	-60
Einstellung in Gewinnrücklagen	-	-	136	-	-	2	138
Konzerngewinn	-	-	-	84	-	-	84
Währungsänderungen	-	-	-	-	7	-1	6
Übrige Veränderungen	-	-	1	-	-	-	1
31.12.2000/01.01.2001	215	47	1.039	84	49	24	1.458
Dividende der Beiersdorf AG für das Vorjahr	-	-	-	-84	-	-	-84
Einstellung in Gewinnrücklagen	-	-	170	-	-	6	176
Konzerngewinn	-	-	-	109	-	-	109
Unterschiedsbetrag Gründung BSN	-	-	-3	-	-7	-	-10
Umbewertung Derivate nach IAS 39	-	-	-5	-	-	-	-5
Umbewertung Wertpapiere nach IAS 39	-	-	3	-	-	-	3
Währungsänderungen	-	-	-	-	-2	-1	-3
Übrige Veränderungen	-	-	-	-	-	-8	-8
31.12.2001	215	47	1.204	109	40	21	1.636

Segmentberichterstattung des Beiersdorf-Konzerns

Sparten 2001 (in Mio. €)	cosmed	medical	tesa	Konzern
Außenumsatz	2.955	915	672	4.542
Veränderung gegenüber Vorjahr	14,1%	6,5%	0,5%	10,3%
Anteil am Konzernumsatz	65,1%	20,1%	14,8%	100%
EBITDA	461	111	48	620
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	385	60	21	466
in % vom Umsatz	13,0%	6,6%	3,1%	10,3%
Betriebliches Vermögen	816	413	382	1.611
EBIT-Rendite auf Betriebl. Vermögen	47,1%	14,7%	5,4%	28,9%
Brutto-Cash-Flow	329	87	40	456
Investitionen (ohne Finanzanlagen)	119	66	48	233
Abschreibungen (ohne Finanzanlagen)	76	51	27	154
Forschungs- und Entwicklungskosten	53	24	15	92
Mitarbeiter (Anzahl am 31.12.01)	8.717	5.066	3.966	17.749

Sparten 2000 (in Mio. €)	cosmed	medical	tesa	Konzern
Außenumsatz	2.590	858	668	4.116
Veränderung gegenüber Vorjahr	15,5%	11,8%	6,4%	13,1%
Anteil am Konzernumsatz	62,9%	20,9%	16,2%	100,0%
EBITDA	396	81	61	538
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	327	31	31	389
in % vom Umsatz	12,6%	3,7%	4,6%	9,5%
Betriebliches Vermögen	653	380	365	1.398
EBIT-Rendite auf Betriebl. Vermögen	50,1%	8,2%	8,5%	27,8%
Brutto-Cash-Flow	271	68	47	386
Investitionen (ohne Finanzanlagen)	87	120	30	237
Abschreibungen (ohne Finanzanlagen)	69	50	30	149
Forschungs- und Entwicklungskosten	45	26	17	88
Mitarbeiter (Anzahl am 31.12.00)	7.847	4.829	3.914	16.590

Segmentberichterstattung des Beiersdorf-Konzerns

Regionen 2001 (in Mio. €)	Deutschland	Europa ohne Deutschland	Amerika	Afrika Asien Australien	Konzern
Außenumsatz*	1.256	1.927	903	456	4.542
Veränderung gegenüber Vorjahr	3,2%	17,6%	8,4%	6,4%	10,3%
Anteil am Konzernumsatz	27,7%	42,3%	19,9%	10,1%	100,0%
EBITDA	304	241	31	44	620
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	223	197	11	35	466
in % vom Umsatz	17,8%	10,2%	1,2%	7,7%	10,3%
Betriebliches Vermögen	482	671	342	116	1.611
EBIT-Rendite auf Betriebl. Vermögen	46,3%	29,4%	3,1%	30,4%	28,9%
Brutto-Cash-Flow	218	181	27	30	456
Investitionen (ohne Finanzanlagen)	116	82	22	13	233
Abschreibungen (ohne Finanzanlagen)	81	44	20	9	154
Mitarbeiter (Anzahl am 31.12.01)	6.429	5.640	2.813	2.867	17.749
Regionen 2000 (in Mio. €)	Deutschland	Europa ohne Deutschland	Amerika	Afrika Asien Australien	Konzern
Außenumsatz*	1.217	1.638	832	429	4.116
Veränderung gegenüber Vorjahr	1,9%	9,7%	32,1%	33,6%	13,1%
Anteil am Konzernumsatz	29,6%	39,8%	20,2%	10,4%	100,0%
EBITDA	240	194	56	48	538
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	158	153	37	41	389
in % vom Umsatz	13,0%	9,4%	4,4%	9,5%	9,5%
Betriebliches Vermögen	446	544	309	99	1.398
EBIT-Rendite auf Betriebl. Vermögen	35,4%	28,1%	12,0%	41,4%	27,8%
Brutto-Cash-Flow	169	139	50	28	386
Investitionen (ohne Finanzanlagen)	127	78	21	11	237
Abschreibungen (ohne Finanzanlagen)	82	41	19	7	149
Mitarbeiter (Anzahl am 31.12.00)	6.421	5.086	2.862	2.221	16.590

*Nach Sitz der Gesellschaften

Grundlagen und Methoden

Allgemeine Grundsätze

Der Konzernabschluss der Beiersdorf AG ist nach den Vorschriften der am Bilanzstichtag gültigen Richtlinien des International Accounting Standards Committee (IASC), London, erstellt und berücksichtigt die Auslegungen des Standing Interpretations Committee (SIC). Er steht nach Auslegung durch den Deutschen Standardisierungsrat (DSR) in Übereinstimmung mit den Richtlinien der Europäischen Union zur Konzernrechnungslegung (Richtlinie 83/349/EWG). Die Voraussetzungen gemäß § 292a HGB für die Befreiung von der Aufstellung eines Konzernabschlusses nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften sind erfüllt.

Der vorliegende Konzernabschluss enthält folgende vom deutschen Recht abweichende Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden:

- Bewertung der Pensionsrückstellungen nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected-Unit-Credit-Methode) unter Berücksichtigung künftiger Gehaltsentwicklungen gemäß IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer)
- Bilanzierung und Bewertung von latenten Steuern nach der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode gemäß IAS 12 (Ertragsteuern) sowie die Aktivierung von Steuerabgrenzungen bei Verlustvorträgen, die als realisierbar eingeschätzt werden
- Bilanzierung und Bewertung von Finanzinstrumenten zum Marktwert nach IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung)

Vom IASC verabschiedete neue Standards werden ab dem Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens angewendet. Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden im Anhang bei den entsprechenden Positionen erläutert.

Um die Klarheit der Darstellung in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie in der Bilanz zu verbessern, wurden einzelne Posten zusammengefasst. Diese Posten werden im Anhang gesondert ausgewiesen und erläutert.

Im Konzernabschluss müssen in einem eng begrenzten Umfang Schätzungen vorgenommen und Annahmen getroffen werden, die Auswirkungen auf Höhe

und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten haben. Die tatsächlichen Werte können von den Schätzungen abweichen.

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss werden neben der Beiersdorf AG 12 deutsche und 88 internationale Gesellschaften einbezogen, bei denen die Beiersdorf AG direkt oder indirekt die Mehrheit der Stimmrechte besitzt und die unter ihrer einheitlichen Leitung stehen. Ihre Zahl hat sich gegenüber dem Vorjahr um 14 erhöht. Davon sind 7 im Rahmen der Überführung der Sparte tesa in eine selbständige AG gegründet worden und stellen keine Veränderung des Konsolidierungskreises dar. 4 Gesellschaften sind im Rahmen der Gründung des Gemeinschaftsunternehmens BSN medical GmbH & Co. KG entkonsolidiert worden. Bei den restlichen 11 Gesellschaften handelt es sich um die erstmalige Einbeziehung neu gegründeter oder bereits bestehender Beiersdorf-Gesellschaften. Diese Veränderungen im Konsolidierungskreis haben keine wesentlichen Auswirkungen auf die Positionen der Bilanz und das Jahresergebnis im Konzern gehabt. 3 Gesellschaften, bei denen eine Beteiligung von 50 % besteht und die zusammen mit den anderen Anteilseignern gemeinschaftlich geführt werden, werden entsprechend IAS 31 (Rechnungslegung über Anteile an Joint Ventures) anteilmäßig konsolidiert. Die Anzahl der Gemeinschaftsunternehmen im Konsolidierungskreis bleibt im Vergleich zum Vorjahr unverändert, da im Rahmen der Gründung der BSN medical GmbH & Co. KG ein Gemeinschaftsunternehmen entkonsolidiert wurde.

Zum 2. April 2001 hat Beiersdorf mit Smith & Nephew plc. das Gemeinschaftsunternehmen BSN medical GmbH & Co. KG gegründet. Für die Einbringung des medical Professional-Geschäfts hat Beiersdorf einen Anteil am Gemeinschaftsunternehmen in Höhe von 50 % erhalten. Nach SIC 13 (Gemeinschaftlich geführte Einheiten – Nicht monetäre Einlagen durch Partnerunternehmen) ist der aus der Einbringung resultierende aktive Unterschiedsbetrag im Eigenkapital ergebnisneutral erfasst worden. Die Effekte aus der Gründung und Einbeziehung des Gemeinschaftsunternehmens auf die Konzernbilanz sind in der nebenstehenden Tabelle dargestellt.

Effekte aus der Einbeziehung von BSN medical

(in Mio. €)	2001
Anlagevermögen	-3
Vorräte	13
Sonstige Vermögensgegenstände	10
Eigenkapital	-10
Rückstellungen	-4
Verbindlichkeiten	34

Auf die 3 Gemeinschaftsunternehmen entfallen 267 Mio. € der in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Erträge sowie 250 Mio. € der Aufwendungen und damit ein Ergebnis von 17 Mio. €. Die quotenkonsolidierten Unternehmen steuern 55 Mio. € zum Anlagevermögen und 148 Mio. € zum Umlaufvermögen bei. Auf diese Gesellschaften entfallen 123 Mio. € der Verbindlichkeiten sowie Rückstellungen.

11 deutsche und 14 internationale Unternehmen, die einzeln und insgesamt für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns nur von untergeordneter Bedeutung sind, werden nicht einbezogen.

Konsolidierungsgrundsätze

Die in den Konzernabschluss einbezogenen Abschlüsse der Gesellschaften werden einheitlich nach den für den Beiersdorf-Konzern geltenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden auf den Stichtag 31.12. aufgestellt. Die einbezogenen Abschlüsse sind von unabhängigen Wirtschaftsprüfern geprüft.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Erwerbsmethode. Hierbei werden die Anschaffungskosten der erworbenen Anteile mit dem auf das Mutterunternehmen entfallenden anteiligen Eigenkapital zum Erwerbszeitpunkt verrechnet. Unterschiedsbeträge aus dieser Verrechnung werden ganz oder teilweise den Vermögensgegenständen der Tochtergesellschaften zugeordnet und über die Nutzungsdauer der Vermögensgegenstände abgeschrieben. Verbleibende aktive Unterschiedsbeträge werden als Geschäftswerte aktiviert und über die voraussichtliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Passive Unterschiedsbeträge werden mit den Gewinnrücklagen verrechnet oder den sonstigen Rückstellungen zugeordnet.

In Einzelabschlüssen vorgenommene Wertberichtigungen auf konzerninterne Forderungen sowie Abschreibungen auf Anteile einbezogener Gesellschaften werden zurückgenommen.

Zwischenergebnisse, Aufwendungen und Erträge sowie Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den einbezogenen Unternehmen werden eliminiert. Auf ergebniswirksame Konsolidierungsvorgänge werden erforderliche Steuerabgrenzungen vorgenommen.

Für die anteilig einbezogenen Gemeinschaftsunternehmen gelten die gleichen Konsolidierungsgrundsätze. Erforderliche Konsolidierungsmaßnahmen aus Beziehungen mit anteilig konsolidierten Unternehmen werden beteiligungsproportional vorgenommen.

Währungsumrechnung

Die Abschlüsse der ausländischen Tochtergesellschaften werden nach dem Konzept der funktionalen Währung umgerechnet. Die Bilanzen werden mit den Mittelkursen am Bilanzstichtag und die Gewinn- und Verlustrechnungen mit Jahresdurchschnittskursen umgerechnet, da diese Gesellschaften ihr Geschäft in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht selbständig betreiben. Unterschiedsbeträge aus der Währungsumrechnung bei den Vermögens- und Schuldposten gegenüber der Umrechnung des Vorjahres sowie Umrechnungsdifferenzen zwischen Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung werden erfolgsneutral behandelt.

Die Jahresabschlüsse bedeutender Tochtergesellschaften in Hochinflationenländern werden zur besseren Ausschaltung der Inflationsauswirkungen in Euro aufgestellt.

In den Einzelabschlüssen der Gesellschaften werden Forderungen und Verbindlichkeiten in fremder Währung mit dem Umrechnungskurs am Entstehungstag bewertet. Ergibt jedoch die Umrechnung der Währungsposten zum Kurs des Bilanzstichtages bei Forderungen einen niedrigeren bzw. bei den Verbindlichkeiten einen höheren Betrag, werden die Währungspositionen mit den Kursen des Bilanzstichtages bewertet, soweit sie nicht kursgesichert sind.

Die Änderungen der Wechselkurse der für den Konzernabschluss wesentlichen Währungen sind in der nebenstehenden Tabelle aufgeführt.

Kursentwicklungen

		ISO-Code Durchschnittskurse	
1 € =		2000	2001
Schw. Franken	CHF	1,5568	1,5088
Brit. Pfund	GBP	0,6076	0,6196
Jap. Yen	JPY	99,5121	108,8307
Mex. Peso	MXN	8,7267	8,3308
US-Dollar	USD	0,9198	0,8922

		ISO-Code	Stichtagskurse	
1 € =			2000	2001
Schw. Franken	CHF		1,5221	1,4805
Brit. Pfund	GBP		0,6233	0,6088
Jap. Yen	JPY		106,8999	115,7200
Mex. Peso	MXN		8,9200	8,0600
US-Dollar	USD		0,9305	0,8820

Erläuterung zur Gewinn- und Verlustrechnung

- (1) Umsatzerlöse** Die Umsätze und ihre Entwicklung nach Sparten und Regionen sind in der Segmentberichterstattung auf den Seiten 66 und 67 aufgeführt.
- (2) Kosten der umgesetzten Leistungen** Diese Position umfasst die Kosten der umgesetzten selbst erstellten Erzeugnisse und die Einstandskosten der verkauften Handelswaren. Die Kosten der selbst erstellten Erzeugnisse beinhalten neben den direkt zurechenbaren Kosten wie den Material-, Personal- und Energiekosten auch die herstellungsbezogenen Gemeinkosten einschließlich der Abschreibungen auf Produktionsanlagen.
- (3) Marketing- und Vertriebskosten** Die Marketing- und Vertriebskosten enthalten die Kosten für Marketing, Vertriebsorganisation sowie Vertriebslogistik. 2001 betrug der Marketingaufwand für Werbung, Handelsmarketing und ähnliche Positionen 1.266 Mio. € (Vorjahr: 1.093 Mio. €).
- (4) Forschungs- und Entwicklungskosten** Die Kosten für Forschung und Entwicklung enthalten gemäß IAS 38 (Immaterielle Vermögenswerte) die Kosten der Forschung sowie der Produkt- und Verfahrensentwicklung inklusive der Aufwendungen für Fremdleistungen. Die Entwicklungskosten werden vollständig als Periodenaufwand erfasst, da wegen der jeweils bestehenden Risiken bis zur Markteinführung die Voraussetzungen für eine Aktivierung nicht erfüllt sind.
- (5) Allgemeine Verwaltungskosten** Hier werden die Personal- und Sachkosten der Verwaltung sowie die Kosten für externe Dienstleistungen ausgewiesen, soweit sie nicht intern auf andere Funktionsbereiche verrechnet werden.

(in Mio. €)	2000	2001
Gewinne aus Anlagenabgängen	4	1
Währungsgewinne	12	16
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	25	35
Sonstige Erträge	40	96
	81	148

(6) Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen Erträge enthalten Lizenzerträge, aperiodische Erträge, Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen zu Forderungen und übrige betriebliche Erträge.

(in Mio. €)	2000	2001
Aufwendungen für Restrukturierungsmaßnahmen	24	17
Verluste aus Anlagenabgängen	5	4
Währungsverluste	11	16
Sonstige Aufwendungen	123	113
	163	150

(7) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen Aufwendungen beinhalten Abschreibungen auf Firmenwerte und erworbene Warenzeichen, Rückstellungen für sonstige Wagnisse und andere betriebliche Aufwendungen.

(in Mio. €)	2000	2001
Zinserträge	26	24
(davon von verbundenen Unternehmen)	(-)	(-)
Zinsaufwendungen	-21	-14
(davon an verbundene Unternehmen)	(-)	(-)
	5	10

(8) Zinsergebnis

Innerhalb der Zinsaufwendungen stehen den Aufwendungen aus der Verzinsung der in den Vorjahren erworbenen Versorgungsansprüche Erträge aus dem Vermögen der Unterstützungskassen sowie der Amortisation nicht bilanzierter versicherungsmathematischer Gewinne in gleicher Höhe gegenüber.

(9) Übrige finanzielle Erträge und Aufwendungen

(in Mio. €)	2000	2001
Abschreibungen auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	-1	-1
Sonstige finanzielle Erträge	13	13
Sonstige finanzielle Aufwendungen	-24	-20
	-12	-8

Die sonstigen finanziellen Erträge enthalten im Wesentlichen Währungsgewinne aus Finanzpositionen in Fremdwährung. Unter den sonstigen finanziellen Aufwendungen werden Währungsverluste aus Finanzpositionen ausgewiesen.

(10) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Als Ertragsteuern werden die in den einzelnen Ländern gezahlten oder geschuldeten Steuern auf Einkommen und Ertrag sowie die latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen. Der Ertragsteueraufwand einschließlich der latenten Steuern setzt sich wie folgt zusammen:

(in Mio. €)	2000	2001
Ertragsteuern Deutschland	61	83
International	78	90
	139	173
Latente Steuern	17	10
	156	183

In den Ertragsteuern sind Steuererstattungen von 12 Mio. € enthalten, die vorangegangenen Perioden zuzurechnen sind (Vorjahr: Steueraufwendungen von 4 Mio. €).

Die latenten Steuern resultieren aus zeitlich abweichenden Wertansätzen zwischen den Steuerbilanzen der Gesellschaften und den Wertansätzen in der Konzernbilanz. Die Ermittlung erfolgt nach der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode und beruht auf der Anwendung der in den einzelnen Ländern zum Realisationszeitpunkt erwarteten Steuersätze. Diese basieren grundsätzlich auf den am Bilanzstichtag gültigen gesetzlichen Regelungen.

Der tatsächliche Steueraufwand liegt bei einer effektiven Steuerquote von 39,0% um 11 Mio. € über dem rechnerischen Steueraufwand. Der rechnerische Steuersatz wird als gewichteter Durchschnitt aus den Steuersätzen der einzelnen Konzerngesellschaften ermittelt und beträgt 36,8% (Vorjahr: 41,4%). Die Veränderung dieses Steuersatzes ist im Wesentlichen bedingt durch die Absenkung des Ertragssteuersatzes in Deutschland. Die Überleitung vom rechnerischen zum tatsächlichen Steueraufwand zeigt die folgende Tabelle:

(in Mio. €)	2000	2001
Rechnerischer Steueraufwand bei einem Steuersatz von 36,8% (Vorjahr: 41,4%)	158	172
Steuererhöhungen auf Grund steuerlich nicht abzugsfähiger Aufwendungen	9	9
Sonstige Steuereffekte	-11	2
Tatsächlicher Steueraufwand	156	183

Die Sonstigen Steuern sind in den Kosten der Funktionsbereiche enthalten.

Vom Gewinn stehen anderen Gesellschaftern 6 Mio. € zu (Vorjahr: 6 Mio. €).

Das Ergebnis je Aktie liegt 2001 bei 3,32 € (Vorjahr: 2,61 €). Die Aktienanzahl (84 Mio. Stückaktien) hat sich im Berichtsjahr nicht verändert. Da keine Finanzinstrumente ausstehen, die in Aktien umgetauscht werden können, ist ein verwässertes Ergebnis je Aktie nicht zu ermitteln.

Materialaufwand

Die Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, bezogene Waren sowie bezogene Leistungen betragen 1.196 Mio. € (Vorjahr: 1.112 Mio. €).

(11) Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn

(12) Ergebnis je Aktie

(13) Sonstige Angaben

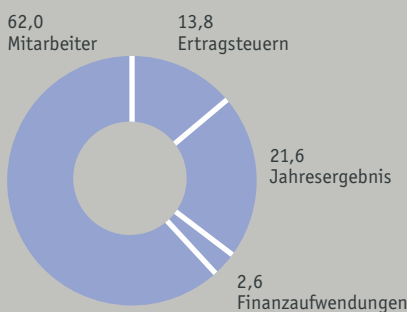
Wertschöpfungsrechnung des Beiersdorf-Konzerns

Entstehungsrechnung (in Mio. €)

Umsatzerlöse	4.542
Materialaufwand	-1.196
Abschreibungen	-154
Sonstige Aufwendungen	-1.910
Finanzerträge	+37
Unternehmenseinkommen	1.319



Verteilungsrechnung (in %)



Personalaufwand

(in Mio. €)	2000	2001
Löhne und Gehälter	634	660
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung	122	126
Aufwendungen für Altersversorgung	30	31
	786	817

Mitarbeiter

Die Beschäftigten sind in folgenden betrieblichen Funktionsbereichen tätig:

Funktionsbereiche (Anzahl am 31.12.)	2000	2001
Produktion	6.099	7.092
Vertrieb und Marketing	5.698	6.322
Andere Funktionen	4.793	4.335
	16.590	17.749

In der Gesamtzahl sind die Mitarbeiter bei Gemeinschaftsunternehmen entsprechend dem jeweiligen Beteiligungsanteil enthalten. Insgesamt arbeiten in diesen Unternehmen 3.516 (Vorjahr: 178) Personen. Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich im Berichtszeitraum gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2000 um 1.159 auf 17.749. Die erstmalige Einbeziehung von Gesellschaften in die Konsolidierung wirkte sich dabei mit 715 Mitarbeitern aus.

Die Aufteilung der Beschäftigten nach den Segmenten des Beiersdorf-Konzerns finden Sie in der Segmentberichterstattung auf den Seiten 66 und 67.

Bilanzerläuterungen

(14) Immaterielle Vermögensgegenstände

(in Mio. €)	Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	Geschäfts- oder Firmenwert	Geleistete Anzahlungen	Gesamt
Anschaffungskosten				
Anfangsstand 01.01.2001	284	27	3	314
Währungsänderungen	–	–	–	–
Veränderung Konsolidierungskreis	11	–	–	11
Zugänge	48	9	1	58
Abgänge	-9	–	-1	-10
Umbuchungen	3	–	-2	1
Endstand 31.12.2001	337	36	1	374
Abschreibungen				
Anfangsstand 01.01.2001	187	9	–	196
Währungsänderungen	–	–	–	–
Veränderung Konsolidierungskreis	11	–	–	11
Abschreibungen 2001	33	6	–	39
Abgänge/Umbuchungen	-10	–	–	-10
Endstand 31.12.2001	221	15	–	236
Buchwert 31.12.2001	116	21	1	138
Buchwert 31.12.2000	97	18	3	118

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten bewertet und über die jeweilige Nutzungsdauer planmäßig linear abgeschrieben. Bei dauerhaften Wertminderungen werden außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen. Entfallen die Gründe für außerplanmäßige Abschreibungen, erfolgen entsprechende Zuschreibungen.

Unter den immateriellen Vermögensgegenständen werden unter anderem die erworbenen Warenzeichen ausgewiesen.

Die Abschreibungsdauer der immateriellen Vermögensgegenstände beträgt in der Regel 5 Jahre. Die NIVEA-Warenzeichen werden abweichend von dieser Regel planmäßig über eine Nutzungsdauer von 10 Jahren abgeschrieben.

Firmenwerte aus der Kapitalkonsolidierung sowie derivative Firmenwerte aus den Einzelabschlüssen werden in Übereinstimmung mit IAS 22 (Unternehmenszusammenschlüsse) aktiviert und entsprechend ihrer Nutzungsdauer grundsätzlich über einen Zeitraum von 5 bis maximal 20 Jahren linear abgeschrieben. Die Werthaltigkeit der Firmenwerte wird regelmäßig überprüft. Soweit notwendig, werden entsprechende Wertberichtigungen vorgenommen.

Firmenwerte aus der Kapitalkonsolidierung, die vor dem 01.01.1995 entstanden sind, werden nicht aktiviert, sondern ergebnisneutral mit dem Eigenkapital verrechnet.

(15) Sachanlagen

(in Mio. €)

	Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungs-/Herstellungskosten					
Anfangsstand 01.01.2001	676	760	443	54	1.933
Währungsänderungen	5	3	3	2	13
Veränderung Konsolidierungskreis	-3	10	-2	-	5
Zugänge	14	33	46	82	175
Abgänge	-7	-33	-35	-3	-78
Umbuchungen	20	30	12	-63	-1
Endstand 31.12.2001	705	803	467	72	2.047
Abschreibungen					
Anfangsstand 01.01.2001	312	497	316	-	1.125
Währungsänderungen	2	1	2	-	5
Veränderung Konsolidierungskreis	-4	8	-2	-	2
Abschreibungen 2001	21	47	47	-	115
Abgänge/Umbuchungen	-7	-30	-34	-	-71
Endstand 31.12.2001	324	523	329	-	1.176
Buchwert 31.12.2001	381	280	138	72	871
Buchwert 31.12.2000	364	263	127	54	808

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert und planmäßig entsprechend der voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer abgeschrieben. Die Herstellungskosten selbst erstellter Sachanlagen werden anhand direkt zurechenbarer Einzelkosten sowie angemessener Gemeinkosten ermittelt. Kosten für die Reparatur und Wartung von Sachanlagen werden als Aufwand erfasst. Eine Aktivierung erfolgt in Ausnahmefällen, wenn die Maßnahmen zu einer Erweiterung oder wesentlichen Verbesserung des Vermögensgegenstandes führen.

Die Sachanlagen werden linear abgeschrieben. Bei voraussichtlich dauernden Wertminderungen werden außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen. Fallen die Gründe für außerplanmäßige Abschreibungen weg, erfolgen entsprechende Zuschreibungen. Geringwertige Wirtschaftsgüter werden im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben.

Den planmäßigen Abschreibungen auf Sachanlagen liegen im Wesentlichen folgende Nutzungsdauern zu Grunde:

Wohn- und Produktionsgebäude	25 bis 33 Jahre
Übrige Gebäude	10 bis 25 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	5 bis 15 Jahre
Fahrzeuge	4 Jahre
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 15 Jahre

(16) Finanzanlagen

(in Mio. €)

	Anteile an verbundenen Unternehmen	Beteiligungen	Wertpapiere des Anlage- vermögens	Sonstige Ausleihungen	Gesamt
Anschaffungskosten					
Anfangsstand 01.01.2001	25	2	3	2	32
Währungsänderungen	–	–	–	–	–
Veränderung Konsolidierungskreis	-15	–	–	–	-15
Zugänge	–	7	–	1	8
Abgänge	–	-2	–	-1	-3
Umbuchungen	–	–	–	–	–
Endstand 31.12.2001	10	7	3	2	22
Abschreibungen					
Anfangsstand 01.01.2001	6	2	–	–	8
Währungsänderungen	–	–	–	–	–
Veränderung Konsolidierungskreis	-2	–	–	–	-2
Abschreibungen 2001	–	–	–	–	–
Abgänge/Umbuchungen	–	-2	–	–	-2
Endstand 31.12.2001	4	–	–	–	4
Buchwert 31.12.2001	6	7	3	2	18
Buchwert 31.12.2000	19	–	3	2	24

Anteile an nicht konsolidierten verbundenen Unternehmen und übrige Beteiligungen sind nach dem Grundsatz der Einzelbewertung mit den Anschaffungskosten bilanziert. Bei voraussichtlich dauernden Wertminderungen werden außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen. Bei Wegfall der Gründe für außerplanmäßige Abschreibungen erfolgen entsprechende Zuschreibungen. Unverzinsliche oder niedrig verzinsliche Ausleihungen sind mit dem Barwert, die übrigen Ausleihungen mit dem Nennwert bilanziert.

(in Mio. €)	2000	2001
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	138	148
Unfertige Erzeugnisse	47	46
Fertige Erzeugnisse, Handelswaren	405	496
Anzahlungen	5	5
	595	695

(17) Vorräte

Die Bewertung der Vorräte erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten oder zu niedrigeren Marktwerten bzw. zu einem niedrigeren beizulegenden Wert. Die Vorräte werden nach der Fifo- oder nach der Durchschnittsmethode bewertet. Die Herstellungskosten enthalten neben den Einzelkosten anteilige Material- und Fertigungsgemeinkosten sowie fertigungsbedingte Abschreibungen. Darüber hinaus werden die anteiligen Kosten für die betriebliche Altersversorgung und für freiwillige soziale Leistungen des Unternehmens sowie produktionsbezogene Verwaltungskosten einbezogen.

(18) Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

(in Mio. €)	2000	2001
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (davon Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr)	610 (-)	660 (-)
Forderungen gegen verbundene Unternehmen (davon Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr)	11 (-)	6 (1)
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (davon Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr)	3 (1)	3 (-)
Sonstige Vermögensgegenstände (davon Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr)	136 (1)	100 (4)
	760	769

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände werden zu Nennwerten bilanziert. Wechselforderungen und unverzinsliche oder niedrig verzinsliche Darlehensforderungen sind zum Barwert angesetzt. Erkennbare Einzelrisiken sind durch angemessene Wertberichtigungen berücksichtigt, dem allgemeinen Kreditrisiko wird durch eine Pauschalwertberichtigung Rechnung getragen. Die sonstigen Vermögensgegenstände enthalten Steuererstattungsansprüche (34 Mio. €), kurzfristige Kreditforderungen (2 Mio. €) und sonstige Forderungen.

(in Mio. €)	2000	2001
Wertpapiere	288	301
Flüssige Mittel	344	413
	632	714

(19) Wertpapiere und Flüssige Mittel

Die Wertpapiere des Umlaufvermögens werden gemäß IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung) zum beizulegenden Wert (Marktwert) bilanziert.

Der aus der Neubewertung vom Buchwert auf den Marktwert resultierende erstmalige Anpassungsbetrag sowie Gewinne und Verluste aus Änderungen des beizulegenden Zeitwertes werden im Eigenkapital (s.a. Ziffer 26) ergebnisneutral erfasst.

Die in Spezialfonds enthaltenen Wertpapiere werden nach SIC 12 (Konsolidierung – Zweckgesellschaften) in den Abschluss einbezogen und unter der Position „Wertpapiere“ ausgewiesen.

Die Flüssigen Mittel umfassen Guthaben bei Kreditinstituten, Kassenbestände und Schecks.

Latente Steueransprüche resultieren vor allem aus zeitlich abweichenden Wertansätzen zwischen der Handelsbilanz nach IAS und der Steuerbilanz der Einzelgesellschaften sowie aus Konsolidierungsvorgängen. Darüber hinaus wird auf Ziffer 10 „Steuern vom Einkommen und vom Ertrag“ verwiesen.

(20) Latente Steuern

(21) Rechnungsabgrenzungsposten

Vom Gesamtbetrag der Rechnungsabgrenzungsposten wird im Jahr 2002 voraussichtlich der überwiegende Teil in Anspruch genommen.

(22) Gezeichnetes Kapital

Das Grundkapital beträgt 215.040.000,- €. Am Bilanzstichtag sind 84.000.000 Stückaktien ausgegeben.

(23) Genehmigtes Kapital

In der Hauptversammlung vom 20. Juni 2000 wurde der Vorstand ermächtigt, das Grundkapital in der Zeit bis zum 19. Juni 2005 mit Zustimmung des Aufsichtsrats in drei Abschnitten um bis zu insgesamt 87.000.000 € (genehmigtes Kapital I: 45 Mio. €; genehmigtes Kapital II: 21 Mio. €; genehmigtes Kapital III: 21 Mio. €) durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Aktien zu erhöhen. Dabei kann die Gewinnberechtigung neuer Aktien abweichend von § 60 Abs. 2 AktG bestimmt werden.

Den Aktionären ist ein Bezugsrecht einzuräumen. Das Bezugsrecht kann jedoch durch den Vorstand in folgenden Fällen mit Zustimmung des Aufsichtsrats ausgeschlossen werden:

1. zum Ausgleich von infolge einer Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen entstehenden Spitzenbeträgen (genehmigtes Kapital I, II, III);
2. soweit dies erforderlich ist, um Inhabern/Gläubigern der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft oder ihren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften ausgegebenen Wandel- bzw. Optionsschuldverschreibungen ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung der Wandlungs- oder Optionsrechte bzw. nach Erfüllung der Wandlungspflicht zustehen würde (genehmigtes Kapital I, II, III);

3. um neue Aktien zu einem Ausgabebetrag auszugeben, der den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrages, welche möglichst zeitnah zur Platzierung der Aktien erfolgen soll, nicht wesentlich unterschreitet (genehmigtes Kapital II);
4. bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen oder von Beteiligungen an Unternehmen (genehmigtes Kapital III).

Der Vorstand wurde ferner ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhung und ihrer Durchführung mit Zustimmung des Aufsichtsrates festzulegen.

In der Hauptversammlung vom 20. Juni 2000 wurde ferner beschlossen, das Grundkapital um bis zu 40 Mio. € bedingt zu erhöhen. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nach dem zugrunde liegenden Hauptversammlungsbeschluss nur insoweit durchgeführt, wie

(24) Bedingtes Kapital

1. die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandlungs- und/oder Optionsrechten, die den von der Beiersdorf Aktiengesellschaft oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 19. Juni 2005 auszugebenden Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen beigefügt sind, von ihren Wandlungs- bzw. Optionsrechten Gebrauch machen oder wie
2. die zur Wandlung verpflichteten Inhaber bzw. Gläubiger der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 19. Juni 2005 auszugebenden Wandlungsschuldverschreibungen ihre Pflicht zur Wandlung erfüllen.

Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch Ausübung von Wandlungs- bzw. Optionsrechten oder durch Erfüllung von Wandlungspflichten entstehen, am Gewinn teil.

Die Kapitalrücklage enthält das Aufgeld aus der Ausgabe von Aktie durch die Beiersdorf AG.

(25) Kapitalrücklage

(26) Gewinnrücklagen

Die Gewinnrücklagen enthalten die in der Vergangenheit erzielten Ergebnisse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, soweit sie nicht ausgeschüttet wurden, die Veränderungen der Konsolidierungsposten sowie andere ergebnisneutrale Veränderungen des Eigenkapitals.

Der bei der Einbringung des Professional-Geschäfts der medical Sparte in das Gemeinschaftsunternehmen BSN medical GmbH & Co. KG entstandene aktive Unterschiedsbetrag in Höhe von 10 Mio. € wird gemäß SIC 13 (Gemeinschaftlich geführte Einheiten – Nicht monetäre Einlagen durch Partnerunternehmen) ergebnisneutral mit den Rücklagen verrechnet.

Die Neubewertung sowie die Veränderungen der Zeitwerte der Wertpapiere des Umlaufvermögens in Höhe von 3 Mio. € werden ebenfalls ergebnisneutral in die Gewinnrücklagen eingestellt. Sie setzen sich zusammen aus dem Wert der erstmaligen Anpassung zum 01.01.2001 in Höhe von 6 Mio. € und Wertänderungen im Jahr 2001 in Höhe von -3 Mio. €. Die ergebnisneutrale Bewertung von Finanzderivaten ist mit -5 Mio. € in den Gewinnrücklagen berücksichtigt.

(27) Anteile anderer Gesellschafter

Der Ausgleichsposten enthält die Anteile Konzernfremder am Eigenkapital der vollkonsolidierten Gesellschaften. Fremdanteile bestehen im Wesentlichen bei Bode Chemie GmbH & Co., Hamburg, Nivea-Kao Co., Ltd., Japan, Beiersdorf (Thailand) Co., Ltd., PT. Beiersdorf Indonesia sowie Beiersdorf India Limited.

(28) Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Für die meisten Mitarbeiter wird durch den Konzern direkt oder durch Beitragszahlungen an rechtlich selbständige Pensions- und Unterstützungseinrichtungen (bei der Beiersdorf AG in Form der TROMA Alters- und Hinterbliebenenstiftung, Hamburg) für die Zeit nach der Pensionierung Vorsorge getroffen. Die Leistungen variieren dabei je nach den rechtlichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Gegebenheiten des jeweiligen Landes und basieren in der Regel auf Beschäftigungsdauer, Entgelt und der eingenommenen Position im Unternehmen. Die unmittelbaren und mittelbaren Verpflichtungen umfassen solche aus bereits laufenden Pensionen und Anwartschaften für zukünftig zu zahlende Pensionen und Altersruhegelder.

Die über die rechtlich selbständige TROMA Alters- und Hinterbliebenenstiftung, Hamburg, abgedeckten Altersversorgungsverpflichtungen berücksichtigen das Vermögen dieser Stiftung.

Die betriebliche Altersversorgung erfolgt im Konzern beitrags- oder leistungsorientiert. Die entsprechenden Aufwendungen sind, bis auf die Aufzinsung der in den Vorjahren erworbenen Versorgungsansprüche und die Erträge aus Vermögensanlagen, in den Kosten der Funktionsbereiche enthalten.

Die Pensionsverpflichtungen für die leistungsorientierten Altersversorgungspläne werden gemäß IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer) nach der Projected-Unit-Credit-Methode berechnet. Die zu erwartenden Versorgungsleistungen werden über die gesamte Beschäftigungszeit der Mitarbeiter verteilt. Außergewöhnliche Aufwendungen und Erträge in Folge der Beendigung von Versorgungsplänen oder wegen der Kürzung und Übertragung der Versorgungsleistungen haben sich im Berichtsjahr nicht ergeben.

Die Berechnung der Pensionsverpflichtungen berücksichtigt Marktzinssätze sowie Lohn-/Gehalts- und Rententrends. Für die deutschen Gesellschaften erfolgt die Bewertung unter folgenden Annahmen:

	31.12.00	31.12.01
Abzinsungssatz	5,75 %	5,75%
Lohn-/Gehaltstrend	3,00 %	3,00 %
Rententrend	2,00 %	2,00 %
Fluktuation	2,00 %	2,00 %
Erwarteter Vermögensertrag	5,75 %	5,75 %

Bei den internationalen Gesellschaften richten sich diese Größen nach den landesspezifischen Bedingungen.

Der Gesamtaufwand für leistungsorientierte Versorgungszusagen setzt sich wie folgt zusammen:

(in Mio. €)	2000	2001
Kosten für die im Berichtsjahr hinzuerworbenen Versorgungsansprüche	19	19
Zinsaufwendungen auf den Anwartschaftsbarwert	33	33
Erträge aus dem Vermögen der Unterstützungskassen	-18	-23
Amortisation nicht bilanzierter versicherungsmathematischer Gewinne/Verluste	-3	-11
Gesamtaufwand für leistungsorientierte Versorgungszusagen	31	18

Die Pensionsrückstellung leitet sich wie folgt ab:

(in Mio. €)	2000	2001
Barwert der nicht durch Fonds gedeckten Verpflichtungen	411	460
Barwert der durch Fonds gedeckten Verpflichtungen	199	168
Barwert der Pensionsverpflichtungen	610	628
Marktwert des Fondsvermögens	-399	-443
Barwert der Pensionsverpflichtungen nach Abzug des Fondsvermögens	211	185
Nicht bilanzierte versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	206	220
Rückstellung nach IAS 19	417	405

Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste, soweit sie 10 % des Barwerts der Verpflichtungen und des Marktwerts des Fondsvermögens nicht übersteigen, werden grundsätzlich nicht bilanziert. Übersteigen sie 10 %, werden sie ab dem Folgejahr über die durchschnittliche Restdienstzeit der Mitarbeiter amortisiert.

Vorsorgeeinrichtungen und Verpflichtungen werden in regelmäßigen Abständen bewertet. Ein Zeitraum von drei Jahren wird dabei nicht überschritten. Für alle bedeutenden Einrichtungen werden jährlich versicherungsmathematische Untersuchungen durchgeführt.

Wegen des Versorgungscharakters werden die Verpflichtungen einzelner Konzerngesellschaften, insbesondere in den USA, für die Krankheitskosten der Mitarbeiter nach deren Eintritt in den Ruhestand ebenfalls unter den Pensionsrückstellungen ausgewiesen.

Zu den pensionsähnlichen Verpflichtungen gehören auch Verpflichtungen für Abgangsschädigungen und Vorruhestandsleistungen. Diese werden nach versicherungsmathematischen Regeln auf der Basis landesüblicher Zinssätze ermittelt.

(29) Übrige Rückstellungen

(in Mio. €)	Steuern	Personal- aufwendungen	Marketing- und Vertriebs- aufwendungen	Restruk- turierungs- maßnahmen	Sonstige	Gesamt
Anfangsstand 01.01.2001	76	100	92	25	118	411
Währungsänderungen	–	–	1	–	1	2
Veränderung Konsolidierungskreis	–	–	-1	3	-1	1
Zuführung	55	73	97	7	124	356
Verbrauch	-26	-47	-92	-21	-88	-274
Auflösung	-3	-3	-1	-1	-30	-38
Endstand 31.12.2001	102	123	96	13	124	458

Die übrigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren zukünftigen Zahlungsverpflichtungen, Risiken und ungewissen Verpflichtungen des Konzerns. Sie sind in Höhe des wahrscheinlichen Betrages angesetzt und haben überwiegend eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

Rückstellungen für Personalaufwendungen betreffen vor allem Aufwendungen für Altersteilzeit, Jahressonderzahlungen, Urlaubsgelder sowie Trennungvereinbarungen und Jubiläumsverpflichtungen. Die sonstigen Rückstellungen betreffen Prozessrisiken, Umweltschutzmaßnahmen sowie sonstige Wagnisse.

(30) Verbindlichkeiten

(in Mio. €)	2000	Restlaufzeit bis zu 1 Jahr	Restlaufzeit 1 bis 5 Jahre	2001	Restlaufzeit bis zu 1 Jahr	Restlaufzeit 1 bis 5 Jahre
Finanzverbindlichkeiten	83	67	11	129	117	4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	356	350	6	337	328	9
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	5	5	–	2	2	–
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	1	1	–	2	2	–
Verbindlichkeiten aus Steuern	32	30	–	33	31	–
Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit	16	16	–	18	18	–
Sonstige Verbindlichkeiten	93	92	1	109	106	3
Übrige Verbindlichkeiten	147	144	1	164	159	3
	586	561	18	630	604	16

Die Verbindlichkeiten werden zum Nennwert oder zum höheren Rückzahlungsbetrag ausgewiesen. Finanzverbindlichkeiten von 8 Mio. € (Vorjahr: 5 Mio. €) und übrige Verbindlichkeiten von 2 Mio. € (Vorjahr: 2 Mio. €) haben eine Restlaufzeit von mehr als 5 Jahren.

Unter den Finanzverbindlichkeiten werden alle verzinslichen Verpflichtungen des Beiersdorf-Konzerns ausgewiesen. Sie betreffen im Wesentlichen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Es wurden keine Anleihen begeben.

In den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind Verbindlichkeiten aus der Annahme gezogener Wechsel und der Ausstellung eigener Wechsel in Höhe von 6 Mio. € (Vorjahr: 9 Mio. €) enthalten.

Es bestehen keine gesicherten Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (Vorjahr: 1 Mio. €).

(in Mio. €)	2000	2001
Haftungsverhältnisse		
Wechselobligo	1	1
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	–	2
Sonstige finanzielle Verpflichtungen		
Verpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen für die nächsten 3 Jahre	15	21

(31) Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Beiersdorf unterliegt möglichen Verpflichtungen aus einem Verfahren und geltend gemachten Ansprüchen. Schätzungen bzgl. möglicher zukünftiger Aufwendungen sind zahlreichen Unsicherheiten unterworfen. Beiersdorf erwartet hieraus keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf die wirtschaftliche bzw. finanzielle Situation des Beiersdorf-Konzerns.

Im Beiersdorf-Konzern werden derivative Finanzinstrumente zur Steuerung von gegenwärtigen und zukünftigen Währungs- und Zinsrisiken eingesetzt. Die Instrumente dienen der Sicherung des operativen Grundgeschäfts und der unternehmensnotwendigen Finanztransaktionen; zusätzliche Risiken entstehen den Unternehmen deshalb nicht. Die Transaktionen werden ausschließlich in marktgängigen Instrumenten (Termingeschäfte, Währungsoptionen, Swaps, Zinsoptionen) durchgeführt. Die Währungssicherungen beziehen sich im Wesentlichen auf konzerninterne Warenlieferungen und Darlehen.

(32) Derivative Finanzinstrumente

Derivative Finanzinstrumente werden gemäß IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung) berücksichtigt.

Das Nominalvolumen ist die Summe aller Kauf- und Verkaufsbeträge derivativer Finanzgeschäfte. Beim ausgewiesenen Nominalvolumen werden Beträge nicht saldiert.

Die Marktwerte ergeben sich aus der Bewertung der offenen Positionen zu Marktkursen am Stichtag ohne Berücksichtigung gegenläufiger Wertentwicklungen aus den Grundgeschäften.

(in Mio. €)	Marktwerte		Nominalwerte		Restlaufzeit	
	2000	2001	2000	2001	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Devisentermingeschäfte	10	-2	378	394	371	23
Devisenoptionen	-	-	8	-	-	-
Zinsswaps	-4	-7	50	43	21	22
Zinsoptionen	-	-	3	-	-	-
	6	-9	439	437	392	45

Positive Marktwerte der Derivate beinhalten grundsätzlich ein Ausfallrisiko durch Nichterfüllung von Vertragsverpflichtungen der Kontrahenten. Bei unseren Vertragspartnern handelt es sich um Banken erstklassiger Bonität. Das Ausfallrisiko wird somit als sehr gering eingeschätzt.

Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt, wie sich die Flüssigen Mittel/Wertpapiere des Beiersdorf-Konzerns im Laufe des Berichtsjahres durch Mittelzuflüsse und Mittelabflüsse verändert haben. Es wird zwischen Zahlungsströmen aus operativer, investiver und Finanzierungstätigkeit unterschieden.

Die in der Kapitalflussrechnung ausgewiesene Liquidität umfasst Kassenbestände, Schecks und Guthaben bei Kreditinstituten sowie Wertpapiere des Umlaufvermögens.

Im Wesentlichen bedingt durch ein höheres EBIT und relativ geringere Ertragssteuerzahlungen steigt der Brutto-Cash-Flow im Berichtsjahr auf 456 Mio. €. Auch nach der durch die Geschäftsausweitung bedingten Steigerung der Vorräte und Forderungen erzielt Beiersdorf einen positiven Mittelzufluss aus operativer Geschäftstätigkeit in Höhe von 347 Mio. €. Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit in Höhe von 185 Mio. € ist im Wesentlichen auf die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände zurückzuführen. Aus dem positiven Free-Cash-Flow in Höhe von 162 Mio. € bezahlt Beiersdorf die Kosten der Finanzierung sowie eine Dividende in Höhe von 84 Mio. €.

Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands werden in einer eigenen Position ausgewiesen. Die Effekte aus der erfolgsneutralen Neubewertung der Wertpapiere im Umlaufvermögen (s. a. Ziffer 26) sind zusammen mit anderen Auswirkungen von Konsolidierungskreisänderungen in der Position „Konsolidierungskreisbedingte und sonstige Veränderungen des Finanzmittelbestands“ berücksichtigt. Insgesamt erhöhten sich die Flüssigen Mittel/Wertpapiere um 82 Mio. €.

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Im Beiersdorf-Konzern ergibt sich die Segmentberichterstattung in erster Linie aus den in den Unternehmensbereichen erstellten und vertriebenen Produkten. Die Aufteilung in die Sparten cosmed, medical und tesa entspricht auch der internen Organisationsstruktur. Die regionale Gliederung zeigt die internationale Aufteilung der geschäftlichen Aktivitäten im Beiersdorf-Konzern.

Die Sparten sowie die Geschäftsentwicklung in den Sparten und Regionen werden im Lagebericht auf den Seiten 42–51 dargestellt.

Die Außenumsätze in den Regionen zeigen die Umsatzentwicklung nach Sitz der Gesellschaften.

Das EBITDA zeigt das Betriebliche Ergebnis (EBIT) vor Abschreibungen.

Das Betriebliche Vermögen errechnet sich aus dem operativen Brutto-Vermögen abzüglich der operativen Verbindlichkeiten.

Die EBIT-Rendite auf Betriebliches Vermögen zeigt das Verhältnis von Betrieblichem Ergebnis (EBIT) zum Betrieblichen Vermögen.

Der Brutto-Cash-Flow stellt den Überschuss der operativen Einnahmen über die operativen Ausgaben vor weiterer Mittelverwendung dar.

Sonstige Angaben

Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen nach IAS 24

Beiersdorf unterhält im Rahmen der Risikovorsorge Geschäftsbeziehungen zu Unternehmen der Allianz-Gruppe. Die Auswahl der Versicherungsgeber und die Abwicklung der Versicherungsgeschäfte werden über einen unabhängigen Versicherungsmakler durchgeführt. Darüber hinaus werden zwischen dem Beiersdorf-Konzern und nicht konsolidierten Beiersdorf-Gesellschaften sowie assoziierten Unternehmen in geringem Umfang Lieferungen und Leistungen im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit erbracht.

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen werden zu marktüblichen Konditionen abgeschlossen.

Gesamtbezüge des Aufsichtsrats und des Vorstands, gewährte Kredite

Die Vergütung für Mitglieder des Aufsichtsrats beträgt für das Jahr 2001 1.309 T€ (Vorjahr: 1.057 T€). Die Gesamtbezüge des Vorstands belaufen sich für das Geschäftsjahr 2001 auf 4.814 T€ (Vorjahr: 4.300 T€). Frühere Vorstandsmitglieder und ihre Hinterbliebenen erhielten 1.283 T€ (Vorjahr: 1.140 T€). Für die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und ihren Hinterbliebenen sind insgesamt 12.622 T€ (Vorjahr: 12.592 T€) zurückgestellt.

Kredite wurden an Mitglieder des Aufsichtsrats und des Vorstands nicht gewährt.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag lagen nicht vor.

Wesentliche Zahlen der Beiersdorf AG (nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuches)

(in Mio. €)	31.12.00	31.12.01
Umsatzerlöse	1.534	1.285
Betriebsergebnis (EBIT)	110	181
Jahresüberschuss	100	155
Eigenkapital	820	891
Bilanzsumme	1.567	1.542

Anteilsbesitz der Beiersdorf AG

Die wesentlichen Konzerngesellschaften werden auf den Seiten 100 und 101 genannt. Eine Aufstellung des Anteilsbesitzes wird beim Handelsregister des Amtsgerichts Hamburg hinterlegt.

Anteilsbesitz an der Beiersdorf AG

An dem Grundkapital der Beiersdorf AG sind die BEI Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG (100 %ige Tochtergesellschaft der Allianz AG), München, sowie die TCHIBO Beteiligungsgesellschaft mbH (100 %ige Tochtergesellschaft der TCHIBO Holding AG), Hamburg, mit jeweils mehr als 25 % beteiligt.

Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns der Beiersdorf AG

(in €)	2001
Jahresüberschuss der Beiersdorf AG	154.921.440
Einstellung in die Rücklagen	45.721.440
Bilanzgewinn	109.200.000

Der Hauptversammlung wird vorgeschlagen, den Bilanzgewinn der Beiersdorf AG in Höhe von 109.200.000,- € zur Zahlung einer Dividende von 1,30 € je Aktie für 84 Mio. Stückaktien zu verwenden.

Hamburg, im Februar 2002

Der Vorstand

Bestätigungsvermerk

„Wir haben den von der Beiersdorf Aktiengesellschaft aufgestellten Konzernabschluss, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2001 bis zum 31. Dezember 2001 geprüft. Aufstellung und Inhalt des Konzernabschlusses liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung zu beurteilen, ob der Konzernabschluss den International Accounting Standards (IAS) entspricht.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach den deutschen Prüfungsvorschriften und unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) in Deutschland festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung sowie unter ergänzender Beachtung der International Standards on Auditing (ISA) vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass mit hinreichender Sicherheit beurteilt werden kann, ob der Konzernabschluss frei von wesentlichen Fehlaussagen ist. Im Rahmen der Prüfung werden die Nachweise für die Wertansätze und Angaben im Konzernabschluss auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung beinhaltet die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss in Übereinstimmung mit den IAS ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie der Zahlungsströme des Geschäftsjahres.

Unsere Prüfung, die sich auch auf den vom Vorstand für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2001 bis zum 31. Dezember 2001 aufgestellten Konzernlagebericht erstreckt hat, hat zu keinen Einwendungen geführt. Nach unserer Überzeugung gibt der Konzernlagebericht insgesamt eine zutreffende Vorstellung

von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar. Außerdem bestätigen wir, dass der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 01. Januar 2001 bis zum 31. Dezember 2001 unter Beachtung unseres voranstehenden Hinweises die Voraussetzungen für eine Befreiung der Gesellschaft von der Aufstellung eines Konzernabschlusses und Konzernlageberichts nach deutschem Recht erfüllen. Die Prüfung des für die Befreiung von der handelsrechtlichen Konzernrechnungslegungspflicht erforderlichen Einklangs der Konzernrechnungslegung mit der 7. EG-Richtlinie haben wir auf der Grundlage der Auslegung der Richtlinie durch den Kontaktausschuss für Richtlinien der Rechnungslegung der Europäischen Kommission vorgenommen.

Hamburg, den 27. Februar 2002

BDO Deutsche Warentreuhand
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Dyckerhoff
Wirtschaftsprüfer

gez. Dannenbaum
Wirtschaftsprüfer

Organe der Beiersdorf AG

Ehrenvorsitzender der Gesellschaft

Georg W. Claussen

Aufsichtsrat

Dr. Hans Meinhardt, Wiesbaden
Vorsitzender

Vorsitzender des Aufsichtsrats der
Linde AG

Vorsitzender des Aufsichtsrats
Karstadt Quelle AG
Karstadt Warenhaus AG
Linde Gas AG (bis 15.10.2001)

Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats
Nv Hoek Loos Schiedam/NL

Jürgen Krause, Hamburg
Stellvertretender Vorsitzender

Vorsitzender des Betriebsrats der
Beiersdorf AG

Günter Herz, Hamburg
Stellvertretender Vorsitzender

Kaufmann

Wilfried Boysen, Hamburg
Mitglied des Vorstands der
Reemtsma Cigarettenfabriken GmbH

Dr. Diethart Breipohl, Icking
Mitglied des Aufsichtsrats der
Allianz AG

Mitglied des Aufsichtsrats
Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG
Continental AG
Karstadt Quelle AG
KM Europa Metal AG
mg technologies ag

Mitglied des Conseil d'Administration
Crédit Lyonnais, Paris/F
Les Assurances Générales de France (AGF),
Paris/F

Mitglied des Consejo de Administración
Banco Popular Español, Madrid/E

Mitglied des Board of Directors
BPI Banco Portugues de Investimento, Porto/PT

Margret Buhse, Hamburg
Leiterin Konzernkommunikation der
Beiersdorf AG

Dr. Carl Albrecht Claussen, Berlin
Rechtsanwalt

Dr. Walter Diembeck, Hamburg
Leiter Bioverträglichkeit –
Forschung & Entwicklung cosmed
der Beiersdorf AG

Rainer Holland, Hardebek
Maschinenschlosser der Beiersdorf AG

Norbert Ranft, Bochum
Vorstandssekretär IG Bergbau,
Chemie, Energie

Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats
DBE (Deutsche Gesellschaft zum Bau und Betrieb
von Endlagern für Abfallstoffe mbH)
RAG Umwelt GmbH
Wintershall AG

Manuela Rousseau, Halstenbek
Leiterin PR-Programme der
Beiersdorf AG

Professorin der Hochschule für
Musik und Theater, Hamburg

Hans-Otto Wöbcke, Hamburg
Ehemaliger Vorsitzender des
Vorstands der Beiersdorf AG

Mitglied des Aufsichtsrats
Philips GmbH
Fielmann AG
AON Jauch & Hübener GmbH

Vorsitzender des Verwaltungsrats der
Stulz Holding GmbH

Stellvertretender Vorsitzender des Beirats der
AON Jauch & Hübener Holding GmbH

Vorstand

Dr. Rolf Kunisch
Vorsitzender

Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats
Hermes Kreditversicherungs-AG

Mitglied des Aufsichtsrats
Hamburg-Mannheimer Sachversicherungs-AG
Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG
Lufthansa Technik AG

Dr. Werner Opgenoorth
Personal/Verwaltung/Umweltschutz

Thomas-Bernd Quaas
Sparte medical

Rolf-Dieter Schwalb
Finanzen/Controlling

Dieter W. Steinmeyer
Sparte tesa

Uwe Wölfer
Sparte cosmed

Wesentliche Konzerngesellschaften

	Standort	Anteil am Kapital (in %)	Umsatz ¹⁾ 2001 (in Mio. €)	Ergebnis ²⁾ 2001 (in Mio. €)	Mitarbeiter zum 31.12.01
Deutschland					
Beiersdorf AG	DE, Hamburg		1.137	168	3.282
Bode Chemie GmbH & Co.	DE, Hamburg	75	63	4	269
Cosmed-Produktions GmbH	DE, Berlin	100	54	3	144
Juvena Produits de Beauté GmbH	DE, Baden-Baden	100	93	1	492
tesa AG	DE, Hamburg	100	336	3	759
tesa-Werke Offenburg GmbH	DE, Offenburg	100	43	2	497
Europa ohne Deutschland					
Beiersdorf Gesellschaft m.b.H.	AT, Wien	100	127	7	229
SA Beiersdorf NV	BE, Brüssel	100	86	7	133
Bandfix AG	CH, Bergdietikon	100	36	3	150
Beiersdorf AG ³⁾	CH, Münchenstein	50	46	8	60
Juvena (International) AG	CH, Volketswil/Zürich	100	49	1	123
Beiersdorf spol. s.r.o.	CZ, Prag	100	29	3	75
Beiersdorf A/S	DK, Birkerød	100	41	1	101
BDF Nivea SA	ES, Tres Cantos/Madrid	100	129	6	293
Beiersdorf S.A.	ES, Argenton/Barcelona	100	68	3	355
Beiersdorf s.a.	FR, Savigny-le-Temple	99,8	335	15	733
Beiersdorf UK Ltd.	GB, Milton Keynes	100	133	3	192
Beiersdorf Hellas AE	GR, Iraklio/Attikis	100	51	2	194
Beiersdorf KFT.	HU, Budapest	100	37	4	95
Beiersdorf SpA	IT, Mailand	100	332	13	381
Beiersdorf N.V.	NL, Almere	100	146	10	322
Beiersdorf-Lechia S.A.	PL, Poznan	99,9	110	6	417
Beiersdorf Portuguesa, Lda.	PT, Queluz de Baixo	100	62	6	110
Beiersdorf ooo	RU, Moskau	100	91	11	53
Beiersdorf AB	SE, Kungsbacka	100	88	6	234

	Standort	Anteil am Kapital (in %)	Umsatz ¹⁾ 2001 (in Mio. €)	Ergebnis ²⁾ 2001 (in Mio. €)	Mitarbeiter zum 31.12.01
Amerika					
Beiersdorf S.A.	AR, Buenos Aires	100	40	-13	81
BDF Nivea Ltda.	BR, São Paulo	100	87	-3	124
Beiersdorf Canada Inc.	CA, Québec	100	31	-3	25
Beiersdorf SA	CL, Santiago de Chile	100	41	4	140
Beiersdorf S.A.	CO, Cali	100	26	1	219
BDF México, S.A. de C.V.	MX, Mexiko Stadt	100	100	-5	360
Beiersdorf Inc.	US, Wilton, CT	100	359	1	628
La Prairie, Inc.	US, New York	100	40	-1	75
tesa tape inc.	US, Charlotte, NC	100	98	-1	282
Afrika/Asien/Australien					
Beiersdorf Australia Ltd.	AU, North Ryde, NSW	100	48	-2	156
Nivea-Kao Co., Ltd.	JP, Tokio	60	168	10	62
Beiersdorf (Thailand) Co., Ltd.	TH, Bangkok	90	47	5	166
Teilkonzern der BSN medical GmbH & Co.KG³⁾		50	200	7	1.676

1) Die Werte enthalten auch Umsätze der Gesellschaften an andere Konzerngesellschaften und zeigen nicht den Beitrag zum Konzernabschluss

2) Ergebnis nach Steuern. Die Werte entsprechen den Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften des Konzerns (IAS) vor Konsolidierung

3) Gemeinschaftsunternehmen, quotal konsolidiert

Zehnjahresübersicht

(Angaben in Mio. €, soweit nicht anders vermerkt)

		1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998 ¹⁾	1999	2000	2001
Umsatz		2.328	2.435	2.634	2.733	2.954	3.215	3.347	3.638	4.116	4.542
Veränderung zum Vorjahr	in %	1,4	4,6	8,2	3,7	8,1	8,8	4,1	8,7	13,1	10,3
cosmed		1.145	1.280	1.424	1.488	1.573	1.751	1.980	2.242	2.590	2.955
medical		556	557	582	593	711	753	735	768	858	915
tesa		627	598	628	652	670	711	632	628	668	672
Deutschland		899	910	954	1.030	1.050	1.062	1.192	1.194	1.217	1.256
Europa ohne Deutschland		916	939	999	1.050	1.146	1.267	1.358	1.493	1.638	1.927
Amerika		338	370	385	347	455	556	544	630	832	903
Afrika/Asien/Australien		175	216	296	306	303	330	253	321	429	456
EBIT vor Abschreibungen (EBITDA) ²⁾		290	308	315	357	364	377	424	468	538	620
Betriebliches Ergebnis (EBIT) ²⁾		188	206	212	240	235	248	291	339	389	466
Ergebnis vor Steuern		173	186	207	235	226	132	265	323	382	468
Ergebnis nach Steuern		81	92	106	116	120	72	166	175	226	285
Umsatzrendite nach Steuern	in %	3,5	3,8	4,0	4,2	4,0	2,2	5,0	4,8	5,5	6,3
Ergebnis je Aktie ³⁾	in €	0,95	1,08	1,23	1,30	1,34	1,31	1,93	2,04	2,61	3,32
Dividendensumme		28	31	34	37	43	43	52	60	84	109
Dividende je Aktie	in €	0,33	0,37	0,41	0,43	0,51	0,51	0,61	0,72	1,00	1,30
Materialaufwand		722	739	801	845	901	964	981	995	1.112	1.196
Personalaufwand		648	638	662	648	673	716	701	713	786	817
Investitionen (inkl. Finanzanlagen)		175	131	157	204	123	144	138	129	249	241
Abschreibungen		102	102	104	117	133	133	154	129	149	154
Aufwendungen für Forschung⁴⁾ und Entwicklung		66	75	83	90	94	97	74	79	88	92
	in % vom Umsatz	2,9	3,1	3,1	3,3	3,2	3,0	2,2	2,2	2,1	2,0
Mitarbeiter (31.12.)		16.899	16.796	17.357	17.975	17.881	16.777	16.417	16.065	16.590	17.749

(Angaben in Mio. €,
soweit nicht anders vermerkt)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998 ¹⁾	1999	2000	2001
Anlagevermögen	694	706	743	780	756	751	861	864	950	1.027
Immaterielle Vermögensgegenstände	53	51	50	118	105	91	79	56	118	138
Sachanlagen	631	640	643	634	628	617	751	782	808	871
Finanzanlagen	11	15	50	28	23	43	31	26	24	18
Umlaufvermögen⁵⁾	827	877	937	1.023	1.108	1.253	1.545	1.838	2.031	2.220
Vorräte	341	347	351	388	401	394	484	515	595	695
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände ⁵⁾	417	434	416	456	497	510	618	701	804	811
Flüssige Mittel	69	96	170	179	210	349	443	622	632	714
Eigenkapital	597	667	736	774	853	877	1.127	1.289	1.458	1.636
Gezeichnetes Kapital	107	107	107	107	215	215	215	215	215	215
Rücklagen	458	509	571	605	579	604	843	991	1.135	1.291
Konzerngewinn	28	37	43	45	43	43	52	60	84	109
Anteile anderer Gesellschafter	4	14	15	17	16	15	17	23	24	21
Fremdkapital	924	916	944	1.029	1.011	1.127	1.189	1.413	1.523	1.611
Rückstellungen	433	469	491	553	578	666	691	772	828	863
Finanzverbindlichkeiten	235	171	138	130	91	80	66	61	83	129
Übrige Verbindlichkeiten	256	276	315	346	342	381	432	580	612	619
Bilanzsumme	1.521	1.583	1.680	1.803	1.864	2.004	2.406	2.702	2.981	3.247
Eigenkapitalquote in %	39,3	42,1	43,8	42,9	45,7	43,8	46,8	47,7	48,9	50,4
Eigenkapitalrendite nach Steuern in %	14,1	14,5	15,1	15,4	14,7	8,3	14,7	14,5	16,4	18,5
Gesamtkapitalrendite vor Steuern in %	13,0	13,4	13,5	14,5	12,8	7,3	13,1	13,7	14,2	15,5
Beiersdorf-Aktie										
Jahresschlusskurs ⁶⁾ in €	16,87	21,73	25,95	25,69	38,91	39,88	58,80	66,66	111,50	127,50
Marktkapitalisierung am 31.12. ⁶⁾	1.417	1.825	2.180	2.158	3.268	3.350	4.939	5.599	9.366	10.710

1) Werte entsprechend Bilanzierung nach International Accounting Standards; Umsatz umgestellt von „nach Sitz der Kunden“ auf „nach Sitz der Gesellschaften“

2) Betriebliches Ergebnis (EBIT) ab 1998 nach neuer Definition

3) Ab 1998 bezogen auf Ergebnis nach International Accounting Standards

4) Aufwendungen für Forschung und Entwicklung ab 1998 nach International Accounting Standards

5) Einschließlich aktive latente Steuern und Rechnungsabgrenzungsposten

6) Bis 1998 bezogen auf Frankfurter Parketthandel, ab 1999 bezogen auf XETRA-Handel

<p>A Aktienkurs 38, 103</p> <p>Akquisitionen 7, 36</p> <p>Anteilsbesitz 95</p> <p>Aufsichtsrat 8, 9, 94, 98, 99</p> <p>Ausblick und Prognose 60, 61</p>	<p>B Bedingtes Kapital 85</p> <p>Bestätigungsvermerk 96, 97</p> <p>Betriebsergebnis 41 ff, 45, 48, 50, 51</p> <p>Betriebliche Erträge 73</p> <p>Betriebliche Aufwendungen 73</p> <p>Bilanz 63</p> <p>Bilanzerläuterung 77 ff</p> <p>D Derivative Finanzinstrumente 91, 92, 95</p> <p>Dividende 3, 38, 62, 102</p>	<p>G Genehmigtes Kapital 84</p> <p>Geschäftsentwicklung 41 ff</p> <p>Gewinn- und Verlustrechnung 62</p> <p>Gezeichnetes Kapital 63, 65, 84, 103</p> <p>Glossar 106</p> <p>H Haftungsverhältnisse 91</p> <p>I Immaterielle Vermögensgegenstände 54, 55, 63, 77, 103</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Stichwortverzeichnis

<p>E Eigenkapital 63, 65, 103</p> <p>Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung 72 ff</p> <p>F Finanzkalender 108</p> <p>Finanzanlagen 80, 103</p> <p>Forschung und Entwicklung 3, 52 ff, 62, 66, 102</p>	<p>Impressum 107</p> <p>Internet 21, 24, 39</p> <p>Intranet 20</p> <p>Investitionen 3, 28, 54, 55, 66, 67, 102</p> <p>Investor Relations 39</p> <p>J Jahresüberschuss 41, 62, 95</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

K Kapitalflussrechnung
64, 92, 93
Konsolidierungs-
grundsätze
70, 71
Konsolidierungskreis
69, 70
Konzern-
gesellschaften
100, 101
Kursentwicklung
39, 71

L Lagebericht
40 ff
Latente Steuern
63, 74, 83

O Organe
98, 99

P Personalaufwand
76
Perspektiven
36, 37

R Regionen
50, 51, 67
Risikomanagement
57 ff
Rückblick
6, 7
Rücklagen
63, 65, 85, 86
Rückstellungen
63, 86 ff

T Tochter-
gesellschaften
6, 7, 20, 28, 69, 100,
101

U Umsatz
3, 41, 62, 66, 67, 95,
102
Umweltschutz
56
Unternehmens-
einkommen
76

W Wachstum
2, 6, 32, 33, 40 ff,
50, 51
Wachstumsstrategie
37
Währungs-
umrechnung
71
Weiterbildung
21
Wertschöpfungs-
rechnung
76

M Materialaufwand
75, 76, 102
Marken
14, 15, 16, 24, 54
Mitarbeiter
3, 16, 20, 66, 67, 76,
102
Mitarbeiterbefragung
20

S Sachanlagen
54, 55, 78, 103
Segmentbericht-
erstattung
66, 67, 93
Sicherheit
56
Sparten
42 ff, 66
Steuern
62, 74, 75, 89
Strategische
Zielsetzung
60

V Verbindlichkeiten
63, 90, 103
Verbraucher
16, 24, 25
Vorräte
63, 81, 103
Vorstand
10 ff, 94, 99

Z Zehnjahresüberblick
102, 103
Ziele
2, 60
Zinsergebnis
62, 73

Betriebliches Vermögen

Nettoposition der dem Unternehmenszweck dienenden Vermögensgegenstände und Schulden

DAX

Deutscher Aktienindex, zusammengestellt von der Deutschen Börse AG – der Index bildet die Wertentwicklung der 30 größten und umsatzstärksten deutschen Aktien ab

Derivative Finanzinstrumente

Options- und Termingeschäfte, die der Absicherung von Währungs-, Zins- und Kursrisiken dienen

EBITDA

Ergebnis vor Steuern, Anteilen anderer Gesellschafter, Finanzergebnis und Abschreibungen (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization)

EBIT-Rendite auf Betriebliches Vermögen

Verhältnis EBIT zu Betrieblichem Vermögen

EMAS-Verordnung

Verordnung des Europäischen Parlaments über die freiwillige Beteiligung von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung

Euroland

Wirtschaftsraum der Mitgliedsstaaten der Europäischen Währungsunion

Intranet

Basierend auf der Internet-Technologie, ist das Intranet ein nach außen abgeschottetes Netzwerk für die unternehmensinterne Kommunikation

IT

Informationstechnologie

Kapitalflussrechnung

Betrachtung der Liquiditätsentwicklung/Zahlungsströme unter Berücksichtigung der Mittelherkunfts- und Mittelverwendungseffekte innerhalb des Geschäftsjahres

Latente Steuern

Resultieren aus unterschiedlichen Wertansätzen in der Steuer- und der Konzernbilanz

M-DAX

Der Index umfasst 70 Werte und zwar die Werte des DAX 100, die nicht im DAX 30 enthalten sind. Der M-DAX spiegelt die Kursentwicklung von Aktien mittelgroßer Unternehmen (Mid Caps) wider.

Projected-Unit-Credit-Methode

Bei dieser Methode der Berechnung der Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden nicht nur die am Stichtag bekannten Renten und erworbenen Anwartschaften, sondern auch künftig zu erwartende Steigerungen von Gehältern und Renten berücksichtigt

Glossar

DIN EN ISO 14001

International anerkannte Norm, die Vorgaben und Definitionen für die Einführung und Aufrechterhaltung eines Umwelt-Management-Systems enthält. Bei erfolgreicher (freiwilliger) Teilnahme wird ein Zertifikat erstellt

EBIT

Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Earnings Before Interest and Taxes)

IAS

International Accounting Standards werden vom IASC (International Accounting Standards Committee), einer internationalen Fachorganisation, herausgegeben

Marktkapitalisierung

Wert eines Unternehmens, der sich aus der Multiplikation der ausgegebenen Aktien mit dem Aktienkurs ergibt

SIC

Standing Interpretations Committee; die Interpretationen werden vom Board des International Accounting Standards Committee (IASC) genehmigt und sind für alle IAS-Anwender verbindlich

Treasury

Unternehmensfunktion zur Sicherstellung der Zahlungsbereitschaft, Finanzierung und Steuerung der Finanzrisiken

Impressum

Herausgeber: Beiersdorf AG, Corporate Identity
Unnastraße 48, 20245 Hamburg,
Telefon: 0 40/49 09-0, Telefax: 0 40/49 09-34 34

Weitere Informationen:

Presse und PR, Telefon: 0 40/49 09-23 32

E-Mail: Info@Beiersdorf.com

Investor Relations, Telefon: 0 40/49 09-50 00

E-Mail: Investor.Relations@Beiersdorf.com

Beiersdorf im Internet: <http://www.Beiersdorf.de>

Der Geschäftsbericht liegt auch in englischer Sprache vor.

Der Jahresabschluss der Beiersdorf AG kann angefordert werden bei:
Beiersdorf Konzernkommunikation, Unnastraße 48, 20245 Hamburg

Die Zwischenberichte stehen im Internet als digitale Version unter
„www.Beiersdorf.de“ in der Rubrik „Investor Relations/Zwischen-
berichte“ zur Verfügung. Darüber hinaus können Papierversionen
der Zwischenberichte angefordert werden bei:

Beiersdorf Investor Relations, Unnastraße 48, 20245 Hamburg



Finanzkalender

Bilanzpressekonferenz

Finanzanalystenkonferenz I 23. April 2002

Zwischenbericht Januar bis März 2002 14. Mai 2002

Hauptversammlung 04. Juni 2002

Dividendenzahlung 05. Juni 2002

Zwischenbericht Januar bis Juni 2002 13. August 2002

Zwischenbericht Januar bis September 2002

Finanzanalystenkonferenz II 12. November 2002

Wesentliche Unternehmensdaten für

das Geschäftsjahr 2002 Ende Februar 2003

Bilanzpressekonferenz

Finanzanalystenkonferenz I Ende April 2003

Zwischenbericht Januar bis März 2003 Mitte Mai 2003

Hauptversammlung 11. Juni 2003

Finanzanalystenkonferenz II November 2003

BDF ●●●●

Beiersdorf