

**S. 46 Grundlagen des Konzerns**

- S. 46 Geschäft und Strategie
- S. 53 Forschung und Entwicklung
- S. 67 Menschen bei Beiersdorf
- S. 84 Nachhaltigkeit

**S. 85 Nichtfinanzielle Erklärung**

**S. 144 Wirtschaftsbericht**

- S. 144 Wirtschaftliches Umfeld
- S. 147 Ertragslage
- S. 158 Vermögenslage
- S. 159 Finanzlage
- S. 161 Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage
- S. 162 Beiersdorf AG
- S. 165 Risikobericht
- S. 176 Prognosebericht

**S. 180 Weitere Angaben**

- S. 180 Erklärung zur Unternehmensführung
- S. 196 Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen
- S. 196 Übernahmerechtliche Angaben

# ZUSAMMEN- GEFASSTER LAGEBERICHT

# Grundlagen des Konzerns

## └Geschäft und Strategie<sup>1</sup>

Mit einem Portfolio starker, global verfügbarer Marken hat sich Beiersdorf in den vergangenen 142 Jahren zu einem der weltweit führenden Konsumgüterunternehmen mit über 170 internationalen Tochtergesellschaften und mehr als 20.000 Mitarbeitenden entwickelt. Unser Geschäft gliedert sich in zwei eigenständige, unabhängig voneinander agierende Unternehmensbereiche. In beiden Bereichen nehmen wir eine führende Position im Markt ein. Wir sind davon überzeugt, dass wir diese erhalten und ausbauen können, indem wir bedeutende Innovationen mit echtem Mehrwert auf den Markt bringen:

- Im Unternehmensbereich Consumer liegt unser Fokus auf der Haut- und Körperpflege. Unser Portfolio umfasst Marken wie NIVEA, Eucerin, La Prairie und Hansaplast, die bei Menschen auf der ganzen Welt großes Vertrauen genießen.
- Im Unternehmensbereich tesa konzentrieren wir uns auf die Entwicklung innovativer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher\*innen. Seit 2001 wird tesa als eigenständiger Teilkonzern geführt.

### Consumer

#### Unsere Strategie

Der Name Beiersdorf steht seit 1882 für innovative Hautpflege. Das ist unsere Kernkompetenz - und in diesem Bereich wollen wir Mehrwerte für unsere Verbraucher\*innen schaffen. Unser Ziel: Wir wollen dafür sorgen, dass sich Menschen rund um den Globus in ihrer Haut wohl fühlen.

Mit C.A.R.E.+ haben wir im Jahr 2019 unsere Unternehmensstrategie formuliert. Sie beschreibt unsere strategischen Prioritäten und mit ihr wollen wir unser wettbewerbsfähiges, nachhaltiges Wachstum sichern. Sie umfasst folgende Schwerpunkte:

- Digitale Transformation beschleunigen
- Mit Hautpflege gewinnen
- Wachstumspotenziale erschließen (sogenannte „White Spots“)
- Wachstum durch Produktivitätssteigerung beschleunigen
- Auf starkem Fundament aufbauen: Kultur - Core Values - Fähigkeiten - Care Beyond Skin

Wir haben die Strategie im Berichtsjahr weiter umgesetzt und dabei erneut bedeutende Fortschritte erzielt. Im Folgenden werden die wichtigsten davon kurz vorgestellt.

#### Digitale Transformation beschleunigen

Die Digitalisierung des Unternehmens und unseres Geschäfts spielt für uns eine entscheidende Rolle bei der Erschließung neuer Wachstumspotenziale. Wir treiben sie deshalb im Rahmen unserer Strategie C.A.R.E.+ seit Jahren konsequent voran. Wir nutzen beispielsweise immer umfassender digitale Technologien, um mit unseren Verbraucher\*innen in den direkten Dialog zu treten und ihre individuellen Wünsche zu erfüllen. So haben wir im Berichtsjahr erneut stark in digitale Ansätze investiert, insbesondere in diverse Social Media- und Video-Netzwerke sowie in sogenanntes Precision

<sup>1</sup> Mit [└](#) gekennzeichnete Abschnitte enthalten Informationen, die Teil unserer Nichtfinanziellen Erklärung sind.

Marketing. Dazu gehörten auch Influencer-Kooperationen oder Partnerschaften mit Anbietern digitaler Technologien. Unser E-Commerce-Geschäft ist in den letzten Jahren mit starken Partnerbeziehungen, hochwertigen Inhalten und effektivem Retail Media stetig gewachsen und stellt einen immer größeren Treiber unseres Gesamtumsatzwachstums dar.

Ergänzend setzen wir seit vielen Jahren auf zukunftsweisende digitale Technologien wie Künstliche Intelligenz (KI), um Innovationen schneller und effizienter zu entwickeln - zum Beispiel bei der Entwicklung und Optimierung von Formeln. Ein weiteres Beispiel für die Nutzung KI-basierter Technologien ist unsere im Jahr 2023 fortgesetzte Hautstudie SKINLY, die zu den weltweit größten Hautpflegestudien mit Verbraucher\*innen gehört. Weitere Details hierzu sowie zu anderen Ansätzen werden im Kapitel „Forschung und Entwicklung“ vorgestellt.

Abgesehen vom Marketing und der Forschung und Entwicklung investierten wir im vergangenen Jahr auch in die Digitalisierung unserer Fertigung, in zukunftsweisende Arbeitsplätze, in neue Arbeitsformen und -konzepte (Stichwort „New Work“) und in die digitalen Kompetenzen unserer Mitarbeitenden. Unser neues Produktionszentrum in Leipzig setzt aus unserer Sicht Maßstäbe in der Automatisierung und Digitalisierung aller Produktionsschritte sowie in Bezug auf Nachhaltigkeitsstandards. Und auch unsere im Berichtsjahr eröffnete neue Konzernzentrale in Hamburg, der Beiersdorf Campus, bietet neue Möglichkeiten, um sich auszutauschen und um kollaborativ und kreativ - mittels modernster Technologien - zu arbeiten. Mit einer Fläche von 51.000 Quadratmetern haben wir hier das neue globale Herzstück unserer Organisation geschaffen, das unsere Mitarbeitenden maßgeblich mitgestaltet haben. Weitere Informationen zu unseren Mitarbeitenden finden sich im Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“.

### Mit Hautpflege gewinnen

Unser Anspruch ist es, Innovationen mit Mehrwert für unsere Konsument\*innen auf den Markt zu bringen. Ein gutes Beispiel dafür ist unsere erste Anti-Aging-Pflegeserie mit Q10: Diese haben wir im Jahr 1998 gelauncht und damit vor 25 Jahren eine für uns neue Ära der Wirkstoffkosmetik eingeläutet. Bis heute ist Q10 einer der wichtigsten Anti-Aging-Wirkstoffe und wird kontinuierlich weiterentwickelt. Die NIVEA Q10-Gesichtspflegeserie zum Beispiel ist mittlerweile in über 60 Ländern erhältlich und die Nummer 1 im NIVEA-Gesichtspflegesegment. Jüngstes Produkt der Serie ist der NIVEA Q10 TARGETED WRINKLE FILLER. Die Formel des Serums kombiniert reines Q10 mit sogenannten BIOXIFILL® Peptiden - eine hautfreundliche und leistungsstarke Kombination, die Falten in empfindlichen Gesichtsbereichen reduziert.

Unter der Marke NIVEA haben wir im Berichtsjahr unsere bekannte Gesichtspflegeserie LUMINOUS630® erfolgreich erweitert. Mit dem NIVEA Men Anti-Age Power Serum, das in einer 2-in-1-Formel den patentierten Anti-Pigment-Wirkstoff LUMINOUS630® mit Hyaluron kombiniert, ist uns der Markteintritt in die Anti-Aging-Pflege für Männer gelungen.

Auch der patentierte Wirkstoff Thiamidol unserer Dermokosmetik-Marke Eucerin bleibt nach wie vor eine der erfolgreichsten Innovationen des Unternehmens. Die Überarbeitung unserer Produktreihe Eucerin Hyaluron-Filler + Elasticity mit Thiamidol in der Anti-Age-Kategorie führte zu deutlich wahrnehmbaren Erfolgen im Geschäftsjahr 2023. Der Relaunch ermöglichte es uns, von dem steigenden Markttrend zu Anti-Aging-Produkten zu profitieren und unsere Marktanteile weiter zu steigern. Nach dem erfolgreichen Einsatz im Bereich Gesichtspflege haben wir die Nutzung unseres patentierten Wirkstoffs Thiamidol in den vergangenen Jahren auf den Bereich Körperpflege erweitert. Im Berichtsjahr wurde beispielsweise die neue Eucerin Hyaluron-Filler + Elasticity Straffende Körpercreme eingeführt, die gezielt entwickelt wurde, um den Anzeichen fortgeschrittener Hautalterung am Körper entgegenzuwirken.

2023 haben wir einige unserer Hautpflegeprodukte weiterentwickelt und für uns dabei auch gute Fortschritte bei der Umsetzung unserer „Climate Care“-Strategie gemacht. Unser Ziel ist eine absolute Reduktion der CO<sub>2</sub>e-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 1, 2 und 3) um 30 % bis 2025 (vs. 2018). Zu den wichtigsten Maßnahmen im Bereich der Produkttransformation gehörten 2023 Sortimentsumstellungen bei NIVEA SUN, Labello und Eucerin: Bei NIVEA SUN bestehen die Flaschen, Verschlüsse und Pumpaufsätze nun teilweise aus recyceltem Kunststoff. Außerdem haben die überarbeiteten Formeln einen geringeren ökologischen Fußabdruck. Bei Labello wurden ebenfalls die Formeln und Verpackungen weiterentwickelt, womit die CO<sub>2</sub>e-Emissionen verringert werden. Eine besondere Innovation hat Eucerin eingeführt: Die Hyaluron Filler Tages- und Nachtcreme sind in einer besonders nachhaltigen Refill-Verpackung erhältlich. Mit diesem Nachfüllkonzept des Anti-Age-Bestsellers, bei dem nur der Innentiegel getauscht und die Außenverpackung wiederverwendet wird, können Kunststoff eingespart werden.

Einen großen Beitrag zum Klimaschutz und zur Etablierung einer Kreislaufwirtschaft leisteten wir aus unserer Sicht auch mit unseren neuen Aerosoldosen. Seit dem vergangenen Geschäftsjahr haben wir damit begonnen, die Deodorant-Spraydosen im europäischen Sortiment zu mindestens 50 % aus recyceltem Aluminium zu produzieren. Gleichzeitig sind diese durch eine Materialreduktion auch leichter geworden. Dadurch möchten wir die CO<sub>2</sub>e-Emissionen in der Wertschöpfungskette senken.

### Wachstumspotenziale erschließen

Ein weiterer Baustein der Beiersdorf Strategie C.A.R.E.+ besteht in der Erschließung neuer Wachstumspotenziale. Dabei konzentrieren wir uns auf Märkte und Geschäftsfelder, in denen wir noch nicht präsent sind oder unsere Präsenz weiter ausbauen wollen. Uns geht es dabei um die Erschließung sogenannter „White Spots“. Die für uns attraktivsten Regionen sehen wir in Lateinamerika (vor allem Brasilien und Mexiko), in Asien (vor allem China, Südkorea, Thailand und Indonesien) sowie in Afrika (vor allem Südafrika und Nigeria). Da sich die Marktgegebenheiten der einzelnen Länder jedoch stark voneinander unterscheiden, legen wir in unseren Marktbearbeitungsstrategien unterschiedliche Schwerpunkte. So ist die Nachfrage nach unseren Derma-Produkten in Lateinamerika sehr dynamisch, während wir in den afrikanischen Ländern großes Wachstumspotenzial für unser NIVEA-Sortiment sehen. In China ist für uns die Premiumisierung der Schlüssel zum Erfolg. Als globale Marke, die in diesem strategisch wichtigen Markt erfolgreich sein will, hat für uns hier die Sicherung der Premium-Positionierung oberste Priorität, um nachhaltiges Wachstum zu schaffen.

Mit NIVEA konzentrieren wir uns strategisch auf die Kategorie Face Care und verstärken unsere Anstrengungen im E-Commerce. Erfolge verzeichneten wir im Berichtsjahr vor allem mit der hochwertigen Gesichtspflegeserie NIVEA LUMINOUS630®, die wir über grenzübergreifendes E-Commerce vertreiben. Einen zentralen Beitrag zur Erschließung dieser Wachstumspotenziale leistet unser globales Forschungs- und Entwicklungsnetzwerk. Es ermöglicht uns, auf kulturelle, ästhetische und klimatische Gegebenheiten vor Ort einzugehen und Produkte zu entwickeln, die den individuellen lokalen bzw. regionalen Präferenzen entsprechen. Gleichzeitig sind wir so in der Lage, voneinander zu lernen, je nach lokaler Kompetenz unterschiedliche Forschungsschwerpunkte zu setzen, am globalen Innovationsgeschehen zu partizipieren und Zugang zu lokalen Talenten und Partnern zu erhalten, die wertvolle Impulse und Erkenntnisse für unsere Forschungs- und Entwicklungsarbeit liefern.

Im Mittelpunkt dieses Netzwerks steht unser Hautforschungszentrum in Hamburg. Hier betreiben wir vor allem anwendungsorientierte Forschung, um Stoffwechselprozesse der Haut noch besser verstehen zu können. Das 2023 modernisierte Beiersdorf Study Center ist Teil des Hautforschungszentrums und dient vor allem dazu, ergänzend zu extern durchgeführten Tests, die Qualität, Sicherheit und Verträglichkeit neu entwickelter Produkte vor der Markteinführung intensiv zu testen und sicherzustellen. Der zweitgrößte Forschungsstandort ist unser Innovationszentrum in Shanghai. Im Mittelpunkt der dortigen Forschungsaktivitäten stehen die Nutzung von KI-Tools zur Optimierung von Rezepturen, die Entwicklung nachhaltiger Formulierungen sowie das Sammeln neuer Erkenntnisse über

chinesische Verbraucher\*innen in den Bereichen Anti-Aging, empfindliche oder ölige Haut. Unser Innovationszentrum im US-amerikanischen Florham Park konzentriert sich dagegen auf die klinische Forschung und auf die Entwicklung lokaler Produktinnovationen für die Dermokosmetik-Sortimente von Eucerin und Aquaphor sowie die Sonnenschutzmarken Coppertone und Eucerin Sun. Weitere Informationen hierzu finden sich im Kapitel „Forschung und Entwicklung“.

### Wachstum durch Produktivitätssteigerung beschleunigen

Um schneller wachsen zu können, setzen wir auf Effizienz, höchste Kostendisziplin und eine fokussierte, schlanke Organisation. Wir investieren kontinuierlich in die Steigerung unserer Produktivität, zum Beispiel in neue Fertigungstechnologien oder in den Ausbau unserer Produktionskapazitäten.

Von besonderer Bedeutung war dabei im Berichtsjahr die Eröffnung unseres neuen Werks in Leipzig. Mit einer Investitionssumme von fast 300 Millionen Euro ist das moderne Produktionszentrum eine der größten Investitionen in einen Standort in der Geschichte von Beiersdorf. Ein hoher Automatisierungsgrad und eine umfassende Digitalisierung aller Produktionsschritte sorgen zukünftig im neuen Produktionszentrum für eine aus unserer Sicht überdurchschnittliche Effizienz und Produktivität. Das Werk ist modular und flexibel aufgebaut, sodass neue Innovationen, Trends, Verbraucher\*innenwünsche oder Produktionsverfahren schnell umgesetzt werden können.

Darüber hinaus leistet das neue Werk einen Beitrag zur Erreichung der Ziele unserer Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN. Denn durch die Nutzung regenerativer Energien und den Einsatz von Biogas zur Wärmegewinnung läuft das Werk nahezu CO<sub>2</sub>e-neutral. Wertvolle Ressourcen wie Wärme, Abwasser und Ethanol werden in einem hohen Maße zurückgewonnen und aufbereitet. Für die Zukunft planen wir, das Werk als „Energy+“-Standort zu betreiben und durch die eigene Gewinnung erneuerbarer Energien mehr Strom zu erzeugen als zu verbrauchen.

2023 haben wir weltweit erneut in neue Produktionslinien, modernste Techniken und in unsere IT-Infrastruktur investiert. 2024 werden wir den Ausbau unseres Werks in Mexiko abschließen, das zu den drei größten Produktionsstandorten von Beiersdorf gehört. Auch unseren Produktionsstandort in Polen bauen wir umfangreich aus. Die Investitionssumme beläuft sich auf fast 200 Millionen Euro. Das für alle Produktionsstandorte verfolgte Ziel: die Effizienz, Agilität und Widerstandsfähigkeit unserer Supply Chain weiter zu steigern, um noch besser auf die sich stetig wandelnden Rahmenbedingungen reagieren zu können.

Auch im Jahr 2024 investieren wir in erheblichem Maße in Wachstum und Innovation. Die Investitionen werden für den Unternehmensbereich Consumer in ähnlicher Höhe wie 2023 liegen. Nennenswerte Projekte für die Erweiterung der Produktions- und Lagerkapazitäten betreffen die Standorte Polen, Mexiko sowie Leipzig.

Auf starkem Fundament aufbauen:

### Kultur - Core Values - Fähigkeiten - Care Beyond Skin<sup>1</sup>

Unsere Mitarbeitenden sind unser wichtigstes Kapital und tragen maßgeblich zu unserem geschäftlichen Erfolg bei. Sie prägen spürbar unsere einzigartige Unternehmenskultur, die auf Vertrauen, Kollaboration, Respekt, Offenheit und gegenseitiger Wertschätzung basiert. Sie stellt neben unseren Core Values „Care“ (Fürsorge), „Simplicity“ (einfaches, unkompliziertes Handeln), „Courage“ (Mut) und „Trust“ (gegenseitiges Vertrauen) insbesondere das „Wir“ in den Mittelpunkt. Und genau diese Wir-Kultur macht uns stark und agil. Sie ist ein wesentlicher Faktor für unseren guten Zusammenhalt („Togetherness“) und unseren nachhaltigen Unternehmenserfolg.

<sup>1</sup> Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

In unserem Handeln verfolgen wir das Ziel, die Wünsche und Bedürfnisse unserer Verbraucher\*innen bestmöglich zu erfüllen und unserer Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden.

Mit unserem Purpose „Care Beyond Skin“ bringen wir zum Ausdruck, wofür Beiersdorf steht und was uns als Unternehmen ausmacht – denn unsere Pflege und Fürsorge geht weit über unsere Kernkompetenz, die Haut, hinaus. Wir wollen einen positiven Beitrag für unsere Gesellschaft und unseren Planeten leisten. Im vergangenen Geschäftsjahr zeigte sich dies beispielsweise im ersten weltweiten Freiwilligentag bei Beiersdorf, dem CARE BEYOND SKIN DAY. Alle Mitarbeitenden von Beiersdorf hatten die Möglichkeit, einen Arbeitstag lang gemeinnützige Organisationen zu unterstützen. Die dabei durchgeführten Aktivitäten waren höchst unterschiedlich: vom Müllsammeln über die Renovierung von Spielplätzen, Sportanlagen und Kinderheimen bis hin zum Pflanzen von Bäumen. Die vielfältigen Unterstützungsleistungen trugen nicht nur zur Stärkung einer integrativen Gesellschaft und des Umweltschutzes bei, sondern erhöhten auch das Zusammengehörigkeitsgefühl und die Identifikation der Mitarbeitenden mit Beiersdorf.

Die Verankerung von Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion (Diversity, Equity & Inclusion, kurz DE&I) ist uns sehr wichtig. Denn wir sind davon überzeugt, dass Menschen motivierter, leistungsfähiger und zufriedener sind, wenn ihre unterschiedlichen Hintergründe, Erfahrungen und Kompetenzen wertgeschätzt werden und sie sich mit ihrer Persönlichkeit und Individualität so einbringen können, wie sie sind. Daher wollen wir neben gerechten Chancen auch eine integrative Unternehmenskultur fördern, in der sich alle zugehörig fühlen – ganz unabhängig von Alter, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, körperlicher und geistiger Fähigkeiten, Religion und Weltanschauung, sexueller Orientierung sowie sozialer Herkunft. Bei unserem Ziel, die Vielfalt der Geschlechter in Führungspositionen zu fördern, haben wir einen wichtigen Meilenstein erreicht: Bis 2023 sind Führungspositionen unterhalb des Vorstands weltweit zu gleichen Teilen mit Frauen und Männern besetzt – und dies sogar 18 Monate früher als geplant. Weitere Informationen zu unserer Nachhaltigkeitsagenda und zum Thema Diversity, Equity & Inclusion sind in der „Nichtfinanziellen Erklärung“ sowie im Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“ zu finden.

Mit dem Beiersdorf Campus, unserer neuen Konzernzentrale, haben wir im vergangenen Geschäftsjahr außerdem die Grundlagen für weiteres Wachstum und Innovation gelegt. Die Investition in Höhe von 250 Millionen Euro ist nicht nur ein Bekenntnis zum Standort Hamburg. Sie legt auch die Grundlage für ein hochattraktives Arbeitsumfeld mit umfassenden Service-Angeboten. Bei der Gestaltung des Campus haben wir die Bedürfnisse und Wünsche der Mitarbeitenden frühzeitig einbezogen und ihre spezifischen Anforderungen in die neuen Arbeitswelten übersetzt. So wurden die Grundrissplanung und die Konzeption der unterschiedlichen Raummodule konsequent auf New Work und agile Arbeitsmethoden ausgerichtet. Außerdem schufen wir zahlreiche Kollaborations- und Kommunikationsorte, um den Austausch unter Kolleg\*innen zu fördern und zukunftsweisende Technologien nutzen zu können. Die neue Konzernzentrale wurde nach dem WELL-Standard gebaut, bei dem die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden im Vordergrund steht – von der Planung bis zur täglichen Nutzung des Gebäudes und der neuen Arbeitswelten. Berücksichtigt werden dabei Kriterien wie Bürogestaltung, Rückzugsräume, Luftqualität, Außenanlagen und Lebensmittelqualität. Zudem strebt Beiersdorf für die neue Konzernzentrale die LEED-Zertifizierung an, ein international anerkanntes Gütesiegel für Nachhaltigkeit in der Gebäudeplanung.

## tesa

Die tesa SE (im Folgenden „tesa“) ist einer der weltweit führenden Hersteller innovativer Klebebänder und selbstklebender Produktlösungen für Gewerbekunden und Endverbraucher\*innen. Als 100-prozentige Tochtergesellschaft der Beiersdorf Aktiengesellschaft bildet die tesa SE einen unabhängig

geführten Teilkonzern, der als direkte beziehungsweise indirekte Muttergesellschaft von 60 tesa Tochtergesellschaften (Vorjahr: 61) mit 5.189 Mitarbeitenden in mehr als 100 Ländern aktiv ist.

Im Geschäftsjahr hat tesa die Gesellschaft tesa Online GmbH, Norderstedt, Deutschland, gegründet. Außerdem sind die tesa tape OOO, Moskau, Russland, sowie die Sugru Inc., Livonia, USA, liquidiert worden.

### Regionen und wesentliche Standorte

tesa agiert weltweit, mit Schwerpunkt in Europa, gefolgt von den Geschäftsregionen Afrika/Asien/Australien und Amerika. Neben den deutschen Standorten gehören die Tochtergesellschaften in China, den USA, in Italien und Japan zu den größten und strategisch wichtigsten Einzelgesellschaften von tesa. Die Produktionsstandorte befinden sich in Europa (Deutschland und Italien), in Amerika (USA) und in Asien (China und Vietnam). Der Standort Haiphong, Vietnam wurde im Oktober 2023 eröffnet. Die Unternehmenszentrale mit integriertem Forschungs- und Technologiezentrum befindet sich in Norderstedt bei Hamburg.

Auch im Jahr 2024 wird in erheblichem Maße in Wachstum und Innovation investiert. Die Investitionen werden für tesa in ähnlicher Höhe liegen wie 2023. Nennenswerte Projekte für die Erweiterung der Produktions- und Lagerkapazitäten betreffen für tesa den Produktionsstandort Hamburg. Weitere Investitionen in Automatisierung und Digitalisierung sollen die Effizienz der Standorte steigern.

### Industry

Im Bereich Industry versorgt tesa Industriekunden – insbesondere aus den Branchen Automobil, Elektronik, Druck und Papier sowie Bau und Konstruktion – auf direktem Wege mit spezialisierten Produkt- und Systemlösungen. Der strategische Fokus liegt vorrangig auf dem Auf- und Ausbau ertragreicher Geschäftsfelder in technologisch anspruchsvollen Anwendungsbereichen. Die Produkt- und Systemlösungen von tesa werden zur Optimierung und Effizienzsteigerung von Produktionsprozessen, als Befestigungslösungen in konstruktiven Anwendungsbereichen – oftmals mit Zusatzfunktionen über das reine Verbinden von Bauteilen hinaus – sowie als maßgeschneiderte Schutz- und Verpackungssysteme eingesetzt.

Neben dem Direktgeschäft gehört der technische Handel zum Bereich Industry. tesa bietet über Handelspartner eine vielfältige Produktpalette für ein breites Anwendungsspektrum in unterschiedlichen Industriebranchen an. Dazu gehören beispielsweise Sortimente für Montage und Reparatur, Transportsicherungsbänder oder auch Klebelösungen für die Verpackungsindustrie.

### Consumer

Der Bereich Consumer umfasst diejenigen Märkte, deren Endverbraucher\*innen tesa über Handelspartner oder handelsähnliche Kanäle mit marktgerechten Produkten versorgt. Hierzu zählen Sortimente für private Konsument\*innen und Handwerker\*innen. Darüber hinaus nutzt tesa das E-Commerce, um Endkund\*innen auf direktem Weg Produkte zum Kauf anzubieten.

Das Consumer-Geschäft ist auf Europa und Lateinamerika konzentriert. Vermarktet werden sowohl lang bewährte wie auch innovative Produktlösungen, die unter anderem für den täglichen Gebrauch in Büro und Haushalt sowie im Handwerk bestimmt sind. Unter der Dachmarke tesa® finden Endverbraucher\*innen in Bau- und Verbrauchermärkten, Papier- und Schreibwarengeschäften sowie online ein breites Angebot von mehr als 300 innovativen Produkten. Für professionelle Handwerker\*innen bietet tesa maßgeschneiderte Sortimente, welche über zielgruppengerechte Vermarktungskonzepte angeboten werden.

## Leitung und Kontrolle

Der Vorstand leitet das Unternehmen und ist der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts verpflichtet. Neben den funktionalen Vorstandsressorts bestehen auch regionale Verantwortungsbereiche. Insbesondere durch die Ressortzuständigkeit für die Regionen und Märkte ist der Vorstand eng mit dem operativen Geschäft verbunden. Die Ressortzuständigkeiten der Mitglieder des Vorstands werden im Abschnitt „Organe der Beiersdorf AG“ des Konzernanhangs dargestellt. Der Unternehmensbereich tesa wird als unabhängiger Teilkonzern geführt.

Die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Anreiz- und Bonussysteme werden im Vergütungsbericht, der im Kapitel „Weitere Informationen“ gefunden werden kann, erläutert. Der zusammengefasste Lagebericht enthält auch die Erklärung zur Unternehmensführung der Beiersdorf AG und des Konzerns nach §§ 289f, 315d Handelsgesetzbuch (HGB), die auch auf der Internetseite der Gesellschaft unter [www.beiersdorf.de/erklaerung\\_unternehmensfuehrung](http://www.beiersdorf.de/erklaerung_unternehmensfuehrung) öffentlich zugänglich gemacht wird.

## Wertmanagement und Steuerungssystem

Ziel des unternehmerischen Handelns von Beiersdorf ist es, die Marktanteile des Unternehmens im Sinne eines qualitativen Wachstums nachhaltig zu steigern und gleichzeitig die Ertragsbasis auszubauen. Daraus leiten sich die langfristigen Hauptsteuerungsgrößen ab, nämlich **organisches Umsatzwachstum**<sup>1</sup> in Verbindung mit **Marktanteilsentwicklung** und EBIT beziehungsweise **EBIT-Umsatzrendite vor Sondereffekten** (Relation von EBIT zu Umsatz). Durch kontinuierliche Investitionen in Wachstumsmöglichkeiten, konsequentes Kostenmanagement und hohe Effizienz beim Einsatz der Ressourcen sollen international wettbewerbsfähige Renditen erwirtschaftet werden. Die Entwicklung der relevanten finanziellen Steuerungskennzahlen ist im Abschnitt „Ertragslage“ zu finden. Im Geschäftsjahr 2023 gab es keine Veränderung der finanziellen Hauptsteuerungsgrößen im Vergleich zum Vorjahr.

Um diese strategischen Ziele zu erreichen, hat das Unternehmen ein effizientes Steuerungssystem eingerichtet. Die Unternehmensführung leitet die Vorgaben an die einzelnen Einheiten für die Unternehmensplanung des kommenden Jahres aus den strategischen Zielen des Konzerns ab. Diese Planung umfasst sämtliche Bereiche und alle Tochtergesellschaften. Die Planung des Konzerns für das Folgejahr wird in der Regel gegen Ende des Jahres von Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedet. Im Einzelfall wird die Planung im Hinblick auf aktuelle Entwicklungen erst zu Beginn des Geschäftsjahres finalisiert.

Im Verlauf des Geschäftsjahres erfolgt ein regelmäßiger Abgleich der aktuellen Entwicklung der Hauptsteuerungsgrößen mit den erwarteten Werten und der aktuellen Prognose für das Gesamtjahr. Daraus abgeleitet wird das Geschäft zielgerichtet gesteuert.

Der Unternehmensbereich tesa bildet im Konzern eine eigenständige, unabhängige Einheit. Er wird ebenfalls auf Basis der Kennzahlen „Umsatzwachstum“ und „betriebliches Ergebnis“ (EBIT) bzw. „EBIT-Umsatzrendite“ gesteuert. ↴

<sup>1</sup> Die Definition des organischen Umsatzwachstums ist den Grundlagen und Methoden („Erläuterungen zur Segmentberichterstattung“) im Anhang zu entnehmen.

## Forschung und Entwicklung

Für ein innovationsgetriebenes Unternehmen wie Beiersdorf ist die Forschung und Entwicklung von zentraler Bedeutung. Sie ist Teil unserer unternehmerischen DNA und zugleich Schlüssel für unseren Erfolg.

Zukunftsweisende Technologien und nachhaltige Konzepte sind wichtige Bausteine unserer Forschungsbemühungen. Gleichzeitig evaluieren wir unsere Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten regelmäßig und formulieren je nach Unternehmensbereich klare Fokusthemen. Dabei konzentrieren wir uns mit unseren beiden Unternehmensbereichen auf folgende Schwerpunkte:

- Im Unternehmensbereich Consumer entwickelt Beiersdorf innovative und hochwertige Produkte im Bereich der Hautpflege. Die Wünsche der Verbraucher\*innen werden dabei ebenso berücksichtigt wie regionale Besonderheiten und nachhaltige Ansätze.
- Im Unternehmensbereich tesa widmen wir uns der Entwicklung innovativer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbekunden und Endverbraucher\*innen. Nachhaltigkeit und energieschonende Produktionsverfahren stehen hier im Fokus – immer mit dem Ziel, die Arbeit, Produkte oder das Leben unserer Kund\*innen zu verbessern.

Zum 31. Dezember 2023 waren bei Beiersdorf weltweit 1.686 Mitarbeitende in der Forschung und Entwicklung beschäftigt (Vorjahr: 1.591). Davon waren 1.026 (Vorjahr: 1.007) im Unternehmensbereich Consumer tätig und 660 (Vorjahr: 584) im Unternehmensbereich tesa.

Analog zu den Vorjahren haben wir unsere Aufwendungen für Forschung und Entwicklung im Berichtsjahr abermals erhöht. Sie beliefen sich zum Geschäftsjahresende auf 320 Mio. € und lagen damit 10,2 % über dem Vorjahreswert (291 Mio. €). Im Unternehmensbereich Consumer investierte Beiersdorf im abgelaufenen Jahr 241 Mio. € (+11,6 %), im Unternehmensbereich tesa 79 Mio. € (+6,2 %) in die Forschung und Entwicklung.

### Consumer

#### Herausragende Hautpflegeforschung

Die Kompetenz im Bereich der Hautforschung zeichnet Beiersdorf seit jeher aus. Sie ist für uns zugleich Quelle und maßgeblicher Treiber für unsere Innovationskraft und stärkt unsere Wettbewerbsfähigkeit. In unseren Laboren möchten wir die komplexen Prozesse der Haut entschlüsseln, effektive Wirkstoffe identifizieren und diese für die Haut nutzbar machen. Dabei wenden wir in all unseren Forschungsfeldern zukunftsweisende Technologien an und entwickeln so immer neue Innovationen und Produkte, die Verbraucher\*innen auf der ganzen Welt einen Mehrwert bieten sollen. Unser klares Ziel: Wir wollen wirkungsvolle und nachhaltige Hautpflegeprodukte kreieren, die das Leben der Menschen berühren.

Über unsere intensive anwendungsorientierte Forschung erweitern wir unser fundiertes Verständnis der Haut kontinuierlich. Gleichzeitig eröffnet uns die hochdynamische Entwicklung in der Disziplin der Hautbiologie vielfältige Chancen. Sie ist daher ein wichtiger Schwerpunkt unserer Forschungsarbeit. Für das Berichtsjahr sind unter anderem folgende Forschungsfelder besonders hervorzuheben:

- Seit rund vier Jahrzehnten ist die Entwicklung und Akzeptanz von modernen, **nicht-tierbasierten Testmethoden zur Sicherheitsbewertung** ein bedeutender Teil unserer Forschungsarbeit. Mit diesem Engagement wollen wir die Unbedenklichkeit und Sicherheit unserer Inhaltsstoffe und Produkte nachweisen und den Weg zu neuen Branchenstandards ebnen. Im Berichtsjahr haben

wir im Bereich der alternativen Testmethoden wichtige Erfolge erzielt: Als Mitglied der ersten Stunde haben wir uns für die Gründung des neuen Gremiums „International Collaboration on Cosmetics Safety“ (ICCS) eingesetzt und unser Engagement durch die Übernahme von Leitungspositionen hier weiter verstärkt. Ziel dieser gemeinsamen Initiative mit anderen Unternehmen, Verbänden und NGOs ist es, die weltweite regulatorische Anerkennung, das Fachwissen sowie die flächendeckende Nutzung der tierversuchsfreien Sicherheitswissenschaft für Kosmetik- und Hautpflegeprodukte und deren Inhaltsstoffe voranzubringen. ICCS möchte durch Forschung, Aufklärung sowie gezielte Ausbildung und regulatorisches Engagement das weltweite Bewusstsein und Vertrauen in die tierversuchsfreien wissenschaftlichen Testmethoden stärken und dadurch gemeinsam die Risikobewertung der nächsten Generation (Next Generation Risk Assessment, NGRA) vorantreiben. Beiersdorf Wissenschaftler\*innen nehmen bei diesem Vorhaben aufgrund ihrer Expertise aus unserer Sicht eine Schlüsselrolle ein. So hat Beiersdorf im Berichtsjahr beim Weltkongress für Alternativen und Tierversuche in den Biowissenschaften zum Thema „Physiologisch basierte pharmakokinetische Modellierung“ (PBPK) den Vorsitz geführt und einen Vortrag zu einem neuen und wichtigen alternativen Ansatz gehalten. Der Vortrag wurde gemeinsam mit mehreren Partnern aus Industrie und staatlichen Behörden organisiert, um die Akzeptanz der alternativen Methoden bei der Risikobewertung, zum Beispiel für UV-Filter, zu fördern. Darüber hinaus entwickelten wir in Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer-Institut einen in vitro-3D-Hautsensibilisierungstest für lipophile Verbindungen und stellten ihn auf der Fachkonferenz EUROTOX 2023 vor. Das Projekt wurde mit dem AstraZeneca-Preis „Early Career Award for Innovation 2023“ ausgezeichnet. Einen weiteren wichtigen Meilenstein erreichten wir mit der Veröffentlichung zur Anwendbarkeit von Alternativmethoden zur Identifizierung potentieller endokriner Disruptoren, also hormonaktiver Stoffe, in der Fachzeitschrift „Archives of Toxicology“. Die Erkenntnisse sind von großer Bedeutung, da speziell auf diesem Gebiet neue Methoden dringend erforderlich sind. Des Weiteren haben unsere Forscher\*innen gemeinsam mit namenhaften Expert\*innen verschiedener Branchen und Hochschulen Fortschritte beim Einsatz der prädiktiven Toxikologie und somit der sektorübergreifenden Anwendbarkeit einer neuen Strategie aufgezeigt und publiziert. Dies kann die Entscheidungsfindung bei der Sicherheitsbewertung ohne Tierversuche maßgeblich beeinflussen.

- Die vertiefende Forschung zum **Coenzym Q10** setzten unsere Wissenschaftler\*innen im Berichtsjahr ebenfalls fort. 25 Jahre nachdem Beiersdorf den innovativen Anti-Aging-Wirkstoff erstmals auf den Markt brachte, gewannen unsere Forscher\*innen abermals neue Erkenntnisse über das körpereigene Coenzym und dessen bedeutende Rolle im Hautalterungsprozess. Ein wichtiger thematischer Schwerpunkt der Forschungsarbeiten sind hier die Mitochondrien, in denen das Coenzym in der Atmungskette aktiv ist. Im Rahmen einer Forschungskooperation mit der Paracelsus Medizinischen Privatuniversität in Salzburg haben wir die Veränderungen der Mitochondrien während des Hautalterungsprozesses weiter entschlüsseln können. Diese Daten wurden im Berichtsjahr in der Fachzeitschrift „Experimental Dermatology“ veröffentlicht. Die zentrale Erkenntnis des Forschungsteams: Altern ist mit einer Abnahme von Markern des mitochondrialen Energiestoffwechsels in der menschlichen Epidermis verbunden. Ergänzend dazu haben wir mit der Universität von Ancona ein Forschungsprogramm gestartet, um die neuesten Erkenntnisse der Mitochondrien-Medizin für kosmetische Anwendungen zu nutzen. Bis heute ist das Coenzym Q10 einer der wichtigsten Anti-Aging-Wirkstoffe, daher wird er von uns auf Basis immer neuer Forschungsergebnisse kontinuierlich optimiert. Die 25-jährige Erfolgsgeschichte zeigt, welche große Innovationskraft noch immer in der Beiersdorf Entdeckung steckt.
- Der Schutz der Haut vor **sonnenbedingten Schäden** ist seit vielen Jahren ein weiterer zentraler Forschungsschwerpunkt von Beiersdorf. Dabei geht es unseren Haut-Wissenschaftler\*innen darum, den Einfluss der Sonne auf die Haut zu erforschen und auf Basis der Erkenntnisse wirksame und sichere Produktlösungen für sonneninduzierte Hautindikationen zu entwickeln. In diesem

Zusammenhang setzten wir im Berichtsjahr unsere Zusammenarbeit mit dem ALT-SPF-Konsortium fort, das sich zum Ziel gesetzt hat, weniger invasive, zuverlässigere und präzisere Sonnenschutztests zu entwickeln. Ebenso wie andere Partner stellten wir für die Entwicklung neuer Testmethoden nicht nur ausgewählte Proben zur Verfügung, sondern haben auch an der Durchführung der Ringstudien mitgearbeitet. Die Testergebnisse, die im Berichtsjahr aus dieser Zusammenarbeit gewonnen wurden, befinden sich nun unter der ISO/DIS 23698 und ISO/DIS 23675 in der internationalen Validierung nach DIS (Draft of International Standard). Sofern die zugrundeliegenden Testverfahren genehmigt werden, bedeutet dies die erste wirkliche Veränderung im Bereich der Sonnenschutzfaktor-Bestimmung, denn diese Prüfverfahren kommen ohne die Erzeugung eines Erythems aus. Basierend auf der HDRS-Technik (Hybrid Diffuse Reflectance Spectroscopy), bieten Reflexionsmessungen auf der Haut in Kombination mit in vitro-Transmissionsmessungen die Möglichkeit einer direkten Messung von SPF, UVA-PF oder kritischer Wellenlänge.

- Die Forschung an unserem patentierten Wirkstoff gegen Hyperpigmentierung, **Thiamidol / W630**, führten wir im Geschäftsjahr 2023 ebenfalls fort. Der Wirkstoff ist in der wissenschaftlichen Gemeinschaft gut anerkannt und so bestätigen immer mehr Dermatolog\*innen aus der ganzen Welt in zahlreichen wissenschaftlichen Veröffentlichungen die hohe Wirksamkeit von Produkten mit Thiamidol. Eine besondere Relevanz für die Demonstration unserer Forschungsexpertise haben in diesem Zusammenhang auch Symposien auf international anerkannten wissenschaftlichen Kongressen, auf denen die Teams unserer Marken Informationen über den Wirkstoff aus erster Hand mit der wissenschaftlichen Gemeinschaft teilen.
- Seit dem Jahr 2008 forscht Beiersdorf zum Thema **Epigenetik** bezogen auf die Haut. Bei diesem Fachgebiet der Biologie geht es um die Frage, inwiefern Umweltfaktoren die Aktivität eines Gens und damit die Entwicklung der Zelle zeitweilig beeinflussen. Der Mechanismus der Epigenetik bietet aus unserer Sicht wichtige Ansätze, um den Hautalterungsprozess genauer zu entschlüsseln. Forschungsergebnisse belegen, dass selbst eineiige Zwillinge, die über identisches Erbgut verfügen, auf ganz unterschiedliche Art und Weise altern können. Dieser Unterschied ist auf die abweichenden äußeren Faktoren, z. B. Lebenswandel, Ernährung, Stress und UV-Strahlung zurückzuführen, die unser epigenetisches Muster beeinflussen und sich auf unser biologisches Alter und damit auch auf das Erscheinungsbild der Haut auswirken können. Im Fokus des Forschungsfelds der Epigenetik steht für uns, die biologischen Prozesse in den Zellen zu reaktivieren und somit die Hautverjüngung zu unterstützen. Auf Basis dieser Ambition starteten wir im Berichtsjahr eine Kommunikationskampagne zum Thema Epigenetik. Damit verbunden war das Ziel, das Bewusstsein und Interesse für das Themenfeld zu wecken, aber auch Verbraucher\*innen und Meinungsführer\*innen zu informieren, ihnen Einblicke in unsere Forschung zu geben und uns als eines der führenden Unternehmen auf dem Gebiet der Epigenetik zu positionieren. Denn was vielen nicht bewusst ist: Eines unserer Forschungsteams hat die umfassenden epigenetischen Veränderungen während der Hautalterung erstmals identifiziert und bereits 2010 im wissenschaftlichen Fachmagazin „Plos Genetics“ publiziert. Mit unserer patentierten hautspezifischen „Altersuhr“ verfügen wir zudem über ein besonderes Alleinstellungsmerkmal. Der dahinter liegende Algorithmus ist ein echter Meilenstein in der Anti-Aging-Forschung, denn er kann das epigenetische Muster der Haut auslesen und dadurch das biologische Alter der Haut sehr präzise bestimmen. Des Weiteren unterstützt er unsere Forschenden dabei, Wirkstoffe zu identifizieren, die das epigenetische Muster der Haut positiv modulieren können. Ziel unserer Forschungsarbeit im Feld der Epigenetik ist, Alterungsprozesse nicht nur zu verlangsamen, sondern die biologische Uhr der Haut zurückzudrehen und dadurch die Funktionsfähigkeit der Hautzellen wieder nachhaltig zu verbessern. Damit wollen wir maßgeblich zum „Healthy Aging“, also dem gesunden Altern unserer Verbraucher\*innen, beitragen.

Die Ergebnisse unserer intensiven, anwendungsorientierten Forschung und unser geistiges Eigentum schützen wir im Rahmen **globaler Patente**. Unser weltweites Patentportfolio umfasste zum Ende des Geschäftsjahres 2023 rund 1.500 aktive Patente (Vorjahr: rund 1.500). Die Zahl der globalen Neuanmeldungen von Patenten lag im Berichtsjahr bei etwa 60 (Vorjahr: etwa 50). Rund 600 Patente befanden sich zum 31. Dezember 2023 im laufenden Erteilungsverfahren (Vorjahr: rund 600).

### Nachhaltigkeit als Quelle für Innovation und Wachstum

Nachhaltigkeit ist ein zentraler Baustein unserer Strategie im Bereich der Forschung und Entwicklung. Da die Umwelt- und Klimafreundlichkeit unserer Produkte immens an Bedeutung gewinnt, optimieren wir unsere Formeln, aber auch die Verpackungen unserer Produkte durch intensive Forschungsarbeit, auch gemeinsam mit unseren strategischen Partnern und Lieferanten.

Im Verpackungsbereich agieren wir nach den vier Prinzipien für nachhaltige Verpackungen „vermeiden, reduzieren, wiederverwenden und recyceln.“ Konkret heißt dies, dass wir beispielsweise nachhaltigere, biologisch abbaubare und/oder erneuerbare Stoffe verwenden, recycelte Materialien einsetzen, sowie den Materialeinsatz reduzieren und Alternativen zu erdölbasiertem Kunststoff nutzen. Über allen Anstrengungen, die wir unternehmen, steht die Vision einer Kreislaufwirtschaft.

2021 haben wir unser F&E-Nachhaltigkeitsversprechen definiert, das auf unserer übergreifenden Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN basiert. Mit ihr verfolgen wir das Ziel, unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren und unseren positiven Beitrag für die Gesellschaft zu maximieren. Mit dem in der Agenda verankerten „Plastic Pledge“ setzen wir uns beispielsweise das Ziel, den Anteil an recyceltem Plastik bis zum Jahr 2025 auf 30 % zu erhöhen und den Verbrauch von erdölbasiertem Neukunststoff um 50 % zu senken. Ergänzend dazu wollen wir 100 % unserer Verpackungen wiederbefüllbar, wiederverwendbar oder recyclingfähig machen. Die Förderung einer Kreislaufwirtschaft sehen wir als oberste Priorität an, an der wir intensiv arbeiten, nicht nur hinsichtlich der Verpackungen, auch mit Blick auf unsere Rohstoffe. Daher aktualisieren wir auch unsere Rohstoffstrategie kontinuierlich und stellen so die Klimafreundlichkeit und Kreislauffähigkeit unserer Produkte sicher. Die Basis bilden hierbei die neuesten Innovationen in den Bereichen Technik, Beschaffung und Verarbeitung.

Als Zeichen unseres Engagements haben wir als erstes Kosmetikunternehmen in Europa, die Zertifizierung durch „My Green Lab“ erhalten, dem weltweiten Standard für Labor-Nachhaltigkeit. Vier unserer Labore erhielten im vergangenen Jahr die Zertifikate Platin bzw. Grün, was die höchste Auszeichnungsstufe ist. Indem wir die Zertifizierung regelmäßig erreichen, tragen wir dazu bei, den ökologischen Fußabdruck unserer wissenschaftlichen Labore zu reduzieren und sinnvolle Veränderungen zu bewirken.

Uns ist bewusst, dass die Inhaltsstoffe und Materialien, die wir zur Herstellung unserer Hautpflegeprodukte verwenden, der wichtigste Hebel sind, um unseren ökologischen Fußabdruck zu verkleinern und unseren Verbraucher\*innen nachhaltigere Routinen zu ermöglichen. Wir analysieren die Trends und Bedürfnisse unserer Verbraucher\*innen in Bezug auf Nachhaltigkeit daher sehr genau und bemühen uns, kontinuierliche Verbesserungen zu etablieren, um unsere Produkte umwelt- und klimafreundlicher zu gestalten.

Die neu eingeführten Labello / NIVEA Lippenpflegeprodukte sind hierfür ein gutes Beispiel: 2019 begannen wir mit einer Reformulierung hin zu mineralölfreien Formeln. Im Jahr 2022 und im Berichtsjahr erhöhten wir den Anteil an natürlich gewonnen Inhaltsstoffen (auf bis zu 100 %) und entwickelten eine nachhaltigere Verpackung. Das komplette Sortiment verfügt nun über eine Primärverpackung aus Monomaterial, die so konzipiert ist, um sie vollständig zu recyceln. Zudem ist die Sekundärverpackung seit dem Relaunch plastikfrei sowie aus FSC zertifiziertem und recyceltem Karton. Das Beispiel zeigt, wie unsere Teams schrittweise eine ganzheitliche Nachhaltigkeitstransformation

realisieren, ohne das Produkterlebnis der Verbraucher\*innen zu beeinträchtigen – ganz im Gegenteil, denn das Ziel ist immer, eine mindestens gleichbleibend hohe Qualität zu gewähren.

Weitere Fortschritte zur Implementierung unserer Nachhaltigkeitsambition konnten wir im Berichtsjahr mit unserem neu eröffneten, klimaneutralen Produktionszentrum in Leipzig realisieren. Dabei spielt nicht nur die klimafreundlichere Verpackung der dort abgefüllten Aerosol-Deodosen eine bedeutende Rolle. Erste überarbeitete Rezepturen, bei denen ein höherer Anteil an natürlich gewonnenen Inhaltsstoffen eingeführt wurde, ermöglichten eine Reduzierung des CO<sub>2</sub>e-Fußabdrucks. Zudem können wir durch modernste Technologien erstmals besonders leichtgewichtige Aerosoldosen verarbeiten, die nicht nur durch signifikante Materialreduktion Emissionen einsparen, sondern durch den Einsatz von mindestens 50 % recyceltem Aluminium noch eine zweite Nachhaltigkeitsdimension erfüllen.

Um weitere Potenziale für nachhaltige Innovationen und die Kreislaufwirtschaft zu nutzen, setzte Beiersdorf seine strategische Partnerschaft mit beiden Venture Capital Fonds „Emerald Technology Ventures“ und „Revent“ fort. Diese Partnerschaften vernetzen uns mit Gründer\*innen und innovativen Start-ups, die umweltfreundliche Technologien und nachhaltige Geschäftsmodelle entwickeln und durch uns als großes Unternehmen Skalierungspotenziale ausloten und testen können.

Wir sind überzeugt, dass diese und viele weitere Maßnahmen, Produktneuerungen und -innovationen, Kooperationen sowie Partnerschaften weiterhin einen wichtigen Beitrag zur Erreichung unserer ambitionierten Nachhaltigkeitsziele leisten werden.

#### Kollaboration fördert die Innovationskraft

Für Beiersdorf ist die Zusammenarbeit mit externen Partnern ein wichtiger Teil der Forschungs- und Entwicklungsarbeit. Dahinter steht die Überzeugung, dass wir durch die Bündelung unseres komplementären Know-hows und unserer Stärken die gemeinsame Innovationskraft steigern und die Entwicklung der Hautpflege von morgen optimieren und beschleunigen können. Unser globales Netzwerk an Kollaborationspartnern umfasste im Berichtsjahr eine Vielzahl unterschiedlicher Forschungsinstitute, Hochschulen, Start-ups, unabhängiger Wissenschaftler\*innen und Lieferanten.

Ergänzend zu diesen Kooperationsvereinbarungen setzen wir auf das Prinzip der „Open Innovation“. Auf Basis externer Partnerschaften binden wir auf diese Weise verschiedene externe Partner in viele unserer Entwicklungsprojekte und das Rohstoff-Scouting ein. Unser Engagement im Bereich der Open-Innovation-Aktivitäten bündeln wir seit 2016 unter dem Namen „Pearlfinders – We Open Innovation“. Die dazugehörige Online-Plattform „Trusted Network“ ermöglicht Interessenten aus allen Teilen der Welt Zugang zu unseren vertraulichen, wissenschaftlichen Fragestellungen. Das Netzwerk basiert auf gegenseitigem Vertrauen, Fairness und Partnerschaft und bietet die Möglichkeit, eigene Ideen und Lösungsansätze einzubringen.

Eine neue und wichtige strategische Allianz gingen wir zum 1. Juli 2023 mit dem Deutschen Krebsforschungszentrum (DKFZ) ein. Es ist die erste institutionalisierte Kooperation von Beiersdorf mit einer akademischen Forschungseinrichtung. Die Kooperation läuft über einen Zeitraum von vier Jahren und umfasst ein gemeinsames Forschungsbudget von 4,8 Mio. €. Mit einem neuen, externen Labor, dem „Joint Innovation Lab“, wollen wir unsere Innovationskraft auf dem hochrelevanten Gebiet der Altersforschung stärken. Leitgedanke der Zusammenarbeit ist es, die Haut zu verjüngen. Dazu nimmt das Forscherteam die „Altersuhr“ der Hautzellen mit dem Ziel unter die Lupe, das biologische Alter der Haut zurückzudrehen.

Eine weitere neue Partnerschaft gingen wir im Berichtsjahr mit dem Schweizer Startup-Unternehmen DePoly SA ein. Über unseren OSCAR&PAUL Venture Capital Fund investierten wir in das 2020 gegründete Unternehmen, das eine energieeffiziente und selektive chemische Recycling-Technologie

für Plastik- und Polyester-Abfallströme entwickelt hat. Diese Technologie hat das Potenzial, den Lebenszyklus von PET-Kunststoffen grundlegend zu verändern. Im Rahmen unserer Kooperation wollen wir künftig gemeinsam zukunftsweisende, sichere und nachhaltige Verpackungsmaterialien für die Kosmetikindustrie entwickeln. Über diesen Ansatz wollen wir – unter Bewahrung der gleichen Qualitätsstandards – eine entscheidende Lücke in der Kreislaufnutzung von PET schließen.

Fortgesetzt haben wir im Berichtsjahr zudem unseren intensiven Austausch mit dem Hamburger Forschungszentrum Deutsche Elektronen-Synchrotron DESY (kurz DESY). Die modernen bildgebenden Verfahren am DESY-Standort, aber auch die gemeinschaftliche wissenschaftliche Expertise verschaffen uns einen zusätzlichen ganzheitlichen, detaillierten Blick auf die Haut. Der wissenschaftliche Austausch ermöglicht uns neue Erkenntnisse über das Zusammenspiel von Haut und Inhaltsstoffen und schafft damit den Rahmen, unsere Innovationsfähigkeit zu stärken und Produktinnovationen noch schneller und gezielter umzusetzen.

Mit dem Ziel, den Austausch mit interessanten Start-ups zu intensivieren und zugleich Partner mit innovativen und nachhaltigen Rohstoff- und Verpackungslösungen zu finden, initiierten Kolleg\*innen des F&E-Start-up-Scouting-Teams gemeinsam mit unserem langjährigen Partner für die Entwicklung von Rohstofftechnologien, dem Spezialchemie-Unternehmen Evonik, im September des Berichtsjahres den zweiten „Joint Beiersdorf – Evonik Startup Day on Sustainability“. Zwölf Start-ups aus verschiedenen Ländern wurden ausgewählt, um an diesem Tag ihre Technologien und Geschäftsmodelle auf dem neuen Beiersdorf Campus vorzustellen und gemeinsam mit Beiersdorf bzw. Evonik die Möglichkeiten einer Partnerschaft zu evaluieren. Wie schon im Vorjahr lagen die Schwerpunkte der Start-ups in den Bereichen nachhaltige Rohstoffe, Biotechnologie, Lieferketten-Transparenz und Rückverfolgbarkeit sowie digitale Lösungen.

### Starkes Forschungsnetzwerk

Wir sind davon überzeugt, dass die globale Präsenz unserer Forschung und Entwicklung einen maßgeblichen Beitrag zu unserem Unternehmenserfolg leistet. Dieses starke Forschungsnetzwerk versetzt uns in die Lage, weltweit unterschiedliche Forschungsschwerpunkte zu bearbeiten und im engen Austausch voneinander zu lernen.

Größter Standort unseres globalen Forschungs- und Entwicklungsnetzwerks ist unser **Hautforschungszentrum** in Hamburg, in dem wir zum 31. Dezember 2023 insgesamt 757 (Vorjahr: 738) Mitarbeitende beschäftigten. An diesem Standort betreiben wir in erster Linie die wichtige anwendungsorientierte Forschung. Sie hilft uns dabei, die (Stoffwechsel-)Prozesse der Haut noch besser zu verstehen und basierend auf den Erkenntnissen und unter Zuhilfenahme neuer Technologien wie der künstlichen Intelligenz (KI) neue, bedarfsgerechte und innovative Produkte zu entwickeln. Der Bereich „Early Innovation“, den wir im Jahr 2021 neu geschaffen haben, bündelt unsere Innovationskraft und zielt darauf ab, die externe Wahrnehmung von Beiersdorf als führender Innovator in der Hautpflege zu fördern. Um dies zu erreichen, treibt das Team mit knapp 23 Mitarbeitenden (Vorjahr: 19) die marken- und kategorieübergreifende Innovations-Roadmap mit starken Innovationsgeschichten voran. Der Bereich fungiert dabei als Katalysator zwischen allen beteiligten Fachfunktionen, die am Innovationsprozess beteiligt sind. Als besonderes Highlight initiierte das Team im Berichtsjahr zum zweiten Mal in Folge die sogenannte „Innovation Fair“. Diese interne Messe, die in den Räumlichkeiten des neuen Beiersdorf Campus ausgerichtet wurde, machte die Innovationen von morgen schon heute für alle Kolleg\*innen erlebbar. Die diesjährige Veranstaltung bot nicht nur viel Raum für Inspiration, Interaktion und Austausch; sie zeigte zudem die hohe Innovationskraft von Beiersdorf und wie sehr die „Jobs To Be Done“-Methode (kurz: JTBD) unsere Innovationsarbeit leitet. Bei diesem verbraucherzentrierten Denken gehen wir über das bloße Verständnis der Bedürfnisse unserer Verbraucher\*innen hinaus. Wir wollen wissen, welche Aufgaben (d.h. „Jobs“) unsere Verbraucher\*innen in Bezug auf ihre Haut über unsere Produkte „erledigt“ haben wollen. Hier setzen wir an und entwickeln im Sinne von „fewer, bigger, better“ passgenaue Lösungen. In diesem Zusammenhang stellte das Early-

Innovation-Team verschiedene JTBD-Themenbereiche vor, darunter die Themen Hautverjüngung, Hautton oder Hautschutz. Dabei geht es nicht nur um ein funktionales Bedürfnis, sondern auch um soziale und emotionale Aspekte.

Das Beiersdorf **Study Center** (ehemals „Testcenter“ bzw. „Probandenzentrum“) ist zentraler Bestandteil unseres Hautforschungszentrums am Standort Hamburg und hat Mitte 2023 seinen Betrieb in neuen Räumlichkeiten aufgenommen. Auf rund 1.800 qm und zwei Ebenen befinden sich nunmehr über 30 Studienräume, die optimale und standardisierte klimatische Bedingungen bieten. In sogenannten Mehrzweckräumen, in denen die für die jeweilige Studie erforderlichen Aufbauten realisiert werden, oder in speziellen Räumen, in denen bestimmte High-Tech-Geräte dauerhaft zu finden sind, wie der sog. „Black Room“ zum Nachweis ultraschwacher Photonenemissionen, können fortan modernste Messungen und Untersuchungen an der Haut durchgeführt werden. Die einzigartige Klimatechnik wurde in Zusammenarbeit mit der Technischen Universität Berlin entwickelt und ermöglicht die präzise Einhaltung von Temperatur und Luftfeuchtigkeit auch beim Einsatz stark wärmeabstrahlender Geräte (z.B. Sonnensimulatoren). In die Gestaltung des neuen Study Center sind die Erfahrungen aus 18 Jahren Testcenter-Betrieb an unserem Hamburger Standort eingeflossen. Die neuen Räumlichkeiten verhelfen uns aus unserer Sicht dazu, den internen Studienbetrieb noch effizienter zu gestalten und noch bessere Ergebnisse zu erzielen. Ergänzend zu extern durchgeführten Tests spielt das Beiersdorf eigene Study Center eine zentrale Rolle dabei, die Produktqualität, -sicherheit und -verträglichkeit von neu entwickelten Produkten vor der Markteinführung intensiv zu testen und sicherzustellen. Im Berichtszeitraum haben wir allein in Hamburg insgesamt etwa 300 Studien mit rund 8.500 Teilnehmer\*innen durchgeführt (Vorjahr: ca. 350 Studien mit rund 8.000 Teilnehmer\*innen). Extern führten wir im Jahr 2023 weitere ca. 700 Studien mit rund 20.000 Teilnehmer\*innen durch (Vorjahr: 1.320 Studien mit rund 32.000 Teilnehmer\*innen).

Ergänzend zu unserem großen und global bedeutenden Hautforschungszentrum in Hamburg umfasst unser globales Forschungs- und Entwicklungsnetzwerk zwei große Innovationszentren in China (Shanghai) und den USA (New Jersey) sowie Entwicklungslabore in Brasilien, Indien und Japan. Diese verschiedenen Standorte ermöglichen uns, auf die kulturellen, ästhetischen und klimatischen Gegebenheiten vor Ort besser einzugehen und Produkte zu entwickeln, die den individuellen lokalen Bedürfnissen und Präferenzen entsprechen. Gleichzeitig können wir durch dieses Netzwerk am globalen Innovationsgeschehen teilnehmen und finden Zugang zu lokalen Talenten, die wertvolle Impulse und Erkenntnisse für unsere Forschungs- und Entwicklungsarbeit liefern.

Unser **Innovationszentrum in Shanghai, China**, das mit rund 7.500 qm zweitgrößter Forschungsstandort ist und im Juli 2020 eröffnet wurde, fokussierte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf drei wesentliche Themen: die Pionierarbeit bei der Entwicklung von KI-Tools zur Optimierung von Rezepturen (z. B. in Bezug auf den Wirkstoffnutzen), die Entwicklung nachhaltiger Formulierungen und Verpackungen sowie das Sammeln neuer Erkenntnisse über chinesische Verbraucher\*innen in den Bereichen Anti-Aging, empfindliche oder ölige Haut. Ein wichtiger Meilenstein ist uns im Berichtsjahr mit der Inbetriebnahme des ersten digitalisierten Stabilitäts-Automatisierungslabors gelungen. Hier lassen sich der pH-Wert, die Viskosität und die Konsistenz unserer Rezepturen auf automatisierte Weise überprüfen. Was als Pilotprojekt im Innovationszentrum in Shanghai begann, kann in Zukunft auch in anderen Innovationszentren eingeführt werden. Im März 2023 haben die Kolleg\*innen in China die Aminosäure-Pumpschäumer-Gesichtsreinigungslinie – eine lokale Produktinnovation – neu aufgelegt. Diese Linie steht für sanfte Reinigungsprodukte mit pflanzlicher Essenz und Aminosäurebasis in den Richtungen „Hydra“, „Pure Fresh“ und „Radiance“. Die Produkte wurden auf eine neue, besonders pflegende Formel mit reinen Aminosäure-Tensiden ohne Seife umgestellt. Das frische, moderne Design ging mit einer Reduzierung des Kunststoffverbrauchs einher: Die neue Flasche besteht zu 50 % aus recyceltem Kunststoff und verbraucht bis zu 16,7 % weniger Kunststoff als das Vorgängermodell. Dadurch konnten die CO<sub>2</sub>e-Emissionen um 23 % reduziert werden. Weitere Nachhaltigkeitsfortschritte erzielten wir mit der chinesischen Haarstylingmarke Maestro. Hier brachten wir im Berichtsjahr auf Basis

eines biologisch abbaubaren Styling-Polymers die erste nachhaltige Formulierung auf den chinesischen Haarstylingmarkt.

Unser im Jahr 2022 eröffnetes **Innovationszentrum** in Florham Park, **New Jersey, USA**, setzte im Jahr 2023 seine erfolgreiche Arbeit fort. Der Schwerpunkt lag auf klinischen Forschungen und der Entwicklung lokaler Produktinnovationen für die Dermokosmetik-Sortimente von Eucerin und Aquaphor sowie für die OTC-Sonnenschutzmarken Coppertone und Eucerin Sun (OTC = nicht verschreibungspflichtige Arzneimittel nach US-amerikanischen Regularien). Zudem vertieften die funktionsübergreifenden Teams in New Jersey die (enge) Zusammenarbeit mit unserem Hautforschungszentrum in Hamburg sowie dem Entwicklungslabor in Mumbai, Indien, im Bereich der Sonnen- und Hautinnovationen. Zur Unterstützung unseres Medical-Management-Teams entwickelten die Forscher\*innen im Bereich der klinischen und wissenschaftlichen Angelegenheiten spezielle Schulungsprogramme und wissenschaftliche Publikationen, um die starken wissenschaftlichen Referenzen unseres Dermatologie- und Sonnensortiments noch besser zu präsentieren.

### Digitalisierung und künstliche Intelligenz

Beiersdorf nutzt die Digitalisierung und den Einsatz von zukunftsweisenden Technologien wie der künstlichen Intelligenz (KI) seit vielen Jahren. Somit möchten wir eine schnellere und effizientere Entwicklung von Innovationen vorantreiben. Denn die zunehmende Digitalisierung hilft uns, die wachsende Komplexität, mit der wir in den Entwicklungslabors konfrontiert sind, besser zu bewältigen.

Unter dem Schlagwort „Future Testing“ arbeiteten wir im Berichtsjahr daran, unsere derzeitigen digitalen Systeme abzulösen. Im Jahr 2024 wollen wir den von uns in unserer digitalen Roadmap für F&E gesetzten Meilenstein erreichen und unser aktuelles Softwaresystem Teamcenter ablösen, um einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung Zukunftsfähigkeit zu gehen. Ergänzend dazu haben wir unsere Zusammenarbeit mit der Technischen Fachhochschule Wildau im Bereich der Robotersysteme im Geschäftsjahr 2023 weiter fortgesetzt. Gemeinsam implementierten wir ein erstes Robotersystem für automatisierte In-vivo-Messungen – ein wichtiger Schritt für zukünftige Wirksamkeitstests an Testpersonen. Für das Geschäftsjahr 2024 streben wir an, die Nutzung dieser Systeme zu erweitern, um die maximale Effizienz zu erreichen.

Einen wichtigen Meilenstein haben wir im Berichtsjahr mit der vollständigen Einführung der KI-basierten Entwicklungsplattform unseres Partners Uncountable erreicht. Die künstliche Intelligenz hält somit unter dem Schlagwort „Future Lab“ weiter Einzug in den globalen Formelentwicklungs- und Formeloptimierungsprozess. Komplexe Datenmengen können über die Plattform schneller bearbeitet werden, das Ergebnis ist eine höhere Effizienz und die schnellere Entwicklung neuer Formeln, die mit weniger, dafür relevanteren Tests in mehreren Dimensionen (darunter auch verschiedene Nachhaltigkeitskomponenten) optimiert sind. Die IT-Integration erfolgte, nachdem die Testphase erfolgreich abgeschlossen wurde. Das KI-Tool steht nun bis zu 300 Formelentwickler\*innen weltweit zur Verfügung.

Ein aus unserer Sicht weiteres und bewährtes Beispiel für unsere Nutzung moderner Technologien ist unsere KI-basierte Hautstudie SKINLY, die wir im Jahr 2023 fortsetzten. Das bereits Ende 2019 gestartete Projekt zählt bis heute zu einer der weltweit größten Hautpflegestudien mit Verbraucher\*innen. Das Besondere dabei: Konsument\*innen werden bei dieser Studie aktiv über ein spezielles, digitales Messgerät (inklusive eines Feuchtigkeitssensors und drei unterschiedlicher Lichtquellen) und einer ergänzenden App eingebunden und übermitteln bis zu zwei Mal am Tag mehr als 80 Parameter. Zu ihnen zählen neben individuellen Hauteigenschaften (z. B. Hautalter, Faltentiefe, Hautton, Tönungen und Unreinheiten), auch Informationen zum individuellen Lebensstil (z. B. Schlaf, Ernährung, Hautbesonderheiten, Zyklus oder klimatische Bedingungen), die verwendeten Hautpflegeprodukte sowie Umwelteinflüsse. Die Ergebnisse helfen uns dabei, unsere Verbraucher\*innen und ihre Haut sowie die jeweiligen Einflussfaktoren umfassend zu verstehen und

Rückschlüsse für unsere Produktentwicklung zu ziehen. Dabei gilt: Je mehr Qualitätsdaten vorliegen, desto besser können unsere Datenwissenschaftler\*innen aus ihnen relevantes, umsetzbares neues Wissen für unsere Forschung und Entwicklung und unser Marketing ziehen. Zudem lernt das aufgebaute Ökosystem mittels maschinellen Lernverfahren („Machine Learning“) auf Basis künstlicher Intelligenz mit jeder Messung dazu. Bis dato haben mehr als 17.000 Teilnehmer\*innen im Alter von 18 bis 80+ Jahren aus über 50 Ländern an der SKINLY-Studie teilgenommen. Auf diese Weise wurden mehr als 800 Millionen Datenpunkte gemessen und über 100 Millionen hochwertige Hautbilder generiert. Um insbesondere im Bereich unserer Forschungsschwerpunkte wichtige Erkenntnisse zu erlangen, haben wir in unsere Studie speziell auch besondere Zielgruppen von Interesse einbezogen, darunter Menschen mit hoher Sonnenlicht-UV- und Umweltexposition, um deren regelmäßigen und individuellen Einfluss auf die Hautalterung genauer zu untersuchen.

## Produkt-Highlights<sup>1</sup>

Das Entwickeln von Innovationen ist unsere Kernkompetenz und ein wesentlicher Baustein unseres Unternehmenserfolgs. Die starke Innovationskultur, die seit jeher zur Beiersdorf F&E gehört, sorgt dafür, dass unsere Innovationspipeline Jahr für Jahr gut gefüllt ist – mit Innovationen, die den Bedarfen und Wünschen unserer Konsument\*innen weltweit bestmöglich entsprechen und die ihnen einen Mehrwert bieten. Dazu gehört für uns nicht allein die Entwicklung neuer kosmetischer Formeln, auch die Entwicklung von innovativen, nachhaltigen Produktverpackungen ist ein wesentlicher Teil unserer Forschungs- und Entwicklungsarbeit.

Nachfolgende Übersicht zeigt eine Auswahl unserer Innovationen des Berichtsjahres:

- Mit dem neuen **NIVEA CELLULAR LUMINOUS630® 2-in-1 Anti-Age & Altersflecken Serum** und dem neuen **NIVEA CELLULAR LUMINOUS630® Anti-Pigmentflecken Pickelmale Serum** baute NIVEA im Berichtsjahr die Erfolgsgeschichte des patentierten und hochwirksamen Anti-Pigmentflecken-Wirkstoff LUMINOUS630® weiter aus und berücksichtigt dabei unterschiedliche Hautbedürfnisse. Das NIVEA CELLULAR LUMINOUS630® 2-in-1 Anti-Age & Altersflecken Serum mit natürlichem Sojaextrakt, Hyaluronsäure und Collagen-Booster reduziert vorhandene Altersflecken sichtbar nach nur zwei Wochen. Es strafft die Haut und vermindert erkennbar Falten. Das neue NIVEA CELLULAR LUMINOUS630® Anti-Pigmentflecken Pickelmale Serum mit Hyaluronsäure, Salicylsäure und Grüntee-Extrakt wurde speziell für die Bedürfnisse von fettiger und Mischhaut entwickelt. Es mildert sichtbar Akne-Flecken, glättet die Haut für eine weiche und verfeinerte Textur und hilft, die Talgproduktion auszugleichen – für einen matten und ebenmäßigen Teint.
- Zum 25-jährigen Jubiläum von NIVEA Q10 haben wir im Berichtsjahr erfolgreich den **NIVEA Q10 Anti-Falten Gezielter Falten-Auffüller** eingeführt. Die schnell einziehende Formel besteht aus einer einzigartigen Kombination von lichtstreuenden Pigmenten und hautglättenden Elastomeren, die einen optischen Anti-Falten-Sofort-Effekt bewirken. Außerdem enthält sie hautidentisches Coenzym Q10 in Kombination mit Bioxifill®-Peptiden für eine langfristige, gezielte Anti-Falten-Wirkung.
- Mit unserem neuen **NIVEA Mizellenwasser** brachten wir 2023 unser erstes Mizellenwasser mit Aminosäurekomplex auf den Markt. Dieser Komplex hilft, Make-up effektiv zu entfernen, ohne zu reiben. Dadurch ist es sanfter zur Haut und selbst für empfindliche Haut geeignet. Die mikroplastikfreien Formeln sind für unterschiedliche Hauttypen geeignet und sorgen neben der gründlichen Reinigung für eine beruhigende, erfrischende, pflegende oder energieg spendende Wirkung.

<sup>1</sup> Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

- Nach der erfolgreichen Lancierung von LUMINOUS630® in verschiedenen Gesichtspflegekategorien folgte im Jahr 2023 der Launch erster Körperpflegeprodukte, die auf den innovativen Wirkstoff und die Vorzüge der Even Skin Tone Range setzen. Beide Produkte zielen auf das Problem von Dehnungsstreifen ab. Das **NIVEA LUMINOUS630® Anti-Dehnungsstreifen Body Öl-Serum** reduziert das Erscheinungsbild von Dehnungsstreifen signifikant mit ersten sichtbaren Ergebnissen nach zwei Wochen. Die **NIVEA LUMINOUS630® Anti-Dehnungsstreifen & -Pigmentflecken Body Creme** bietet eine 48-Stunden-Feuchtigkeitsformel, sorgt für ein pflegendes Hautgefühl und reduziert bei regelmäßiger Anwendung die Sichtbarkeit von Dehnungsstreifen sowie Sonnen- und Pigmentflecken innerhalb von vier Wochen. Beide Produkte lassen Dehnungsstreifen nicht vollständig verschwinden, vielmehr gleicht das Molekül Nummer 630 den Hautton an, verringert so den Kontrast zwischen Dehnungsstreifen (bzw. Sonnen- und Pigmentflecken) und der umgebenen Haut. Sie werden dadurch weniger sichtbar.
- Höchste Wirksamkeit gegen Schweiß und Geruch verspricht die neue Deo-Serie **NIVEA Deo Derma Dry Control**. Die innovativen und nachhaltigen Formulierungen sind frei von Silikonen und enthalten eine neue Reihe von Aluminiumsalzen. Mit der Derma-Dry-Technologie bietet die aus Aerosolen und Roll-ons bestehende Serie für 96 Stunden Schutz vor starkem Schwitzen, Nässe und Geruch. Gleichzeitig sorgt sie für ein angenehmes Hautgefühl.
- Mit dem **NIVEA Hydration Hyaluron Feuchtigkeits-Shampoo** brachten wir im Berichtsjahr ein Shampoo auf den Markt, das für natürlichen Glanz und lang anhaltende Feuchtigkeit sorgt sowie die Elastizität des Haares verbessert – ohne das Haar zu beschweren. Die Formel enthält Hyaluronsäure und natürlichen Gurkenextrakt und versorgt trockenes Haar mit langanhaltender Feuchtigkeit. Zusätzlich zu dieser Neueinführung haben wir im Berichtsjahr das gesamte **NIVEA Haarpflegesortiment** (bestehend aus Shampoos, Spülungen und Sprühkur) komplett überarbeitet – von der Formel über das Design bis hin zum Packaging. Im Zentrum des Relaunches stand der Skinification-Trend, bei dem je nach Haarbedürfnis, ein hochwirksamer Inhaltsstoff mit einem natürlichen vereint wird. Daraus sind 16 Kombinationen für jeweils acht Shampoos und Spülungen entstanden, die außerdem eine neue und nachhaltigere Verpackung erhielten. Ein Beispiel aus dieser überarbeiteten Serie ist das **NIVEA Hydration Hyaluron Feuchtigkeits-Shampoo**, das Haarpflege und Umweltschutz vereint. Die zu 99 % biologisch abbaubare und vegane Formel ist frei von Silikonen und Mikroplastikartikeln. Die Flasche besteht zu 96 % aus recyceltem Material.
- Das neue **NIVEA MEN Anti-Age 2in1 Power Serum** war im Berichtsjahr unsere Anti-Age-Innovation für den Mann und das erste NIVEA MEN-Produkte, das den LUMINOUS630®-Wirkstoff enthält. Dank der hohen Konzentration an patentiertem LUMINOUS630® und feuchtigkeitsspendender Hyaluronsäure reduziert die Formel Falten, mildert dunkle Flecken und hilft, neue Pigmentflecken zu vermeiden – für jünger aussehende Haut in nur zwei Wochen. Die ultraleichte und schnell einziehende Formel ist nicht fettend oder klebend und lässt sich mit nur wenigen Tropfen leicht auftragen. Die ebenfalls neu eingeführte **NIVEA MEN Anti-Age 2in1 Power Feuchtigkeitscreme** bietet außerdem einen Lichtschutzfaktor 30, um die Haut vor der Sonne zu schützen. Sie versorgt die Haut zusätzlich 24 Stunden lang mit Feuchtigkeit.
- Unter dem Motto „Wirksamkeit trifft Natürlichkeit“ erfolgte im Geschäftsjahr 2023 ein kompletter **Sortiments-Relaunch von NIVEA Lip und Labello**. Die verbesserten Formeln enthalten bis zu 100 % natürliche und naturbelassene Inhaltsstoffe, spenden 24 Stunden lang Feuchtigkeit und schützen vor äußeren Einflüssen wie Kälte, Wind und trockener Luft. Mit der neuen Verpackung, die so konzipiert ist, dass man sie vollständig recyceln kann, verfolgt Labello einen nachhaltigeren Ansatz und reduziert den Plastikverbrauch erheblich.

- Hyaluron trifft Labello bzw. NIVEA Lip – so lautet das Konzept hinter dem **Labello Hyaluron Lip Moisture Plus**. Der Pflegestift basiert auf einer Technologie mit einem höheren Wasseranteil, um die Hyaluronsäure aktiv wirksam zu machen. Das Ergebnis ist eine ultra-leichte, frische Textur und eine Formel, die in die Lippenschichten einzieht und bis zu 24 Stunden Feuchtigkeit spendet. Labello Hyaluron Lip Moisture Plus gibt es in zwei Versionen: farblos, für die tägliche Lippenpflege, und angereichert mit Menthol und sanften Farbpigmenten, um die natürliche rote Farbe der Lippen zu verstärken. Beide Produkte enthalten natürliche Inhaltsstoffen, sind vegan und frei von Mineralöl.
- Die Augencreme **Eucerin Anti-Pigment Augenringe korrigierende Augenpflege**, die im Berichtsjahr neu in den Markt eingeführt wurde, kombiniert leistungsstarke Wirkstoffe, die auf unterschiedliche Weise wirken, um hyperpigmentierungsbedingte Augenringe zu reduzieren und die natürliche Strahlkraft der Haut zu fördern. Die Formel mit dem patentierten Anti-Pigment-Wirkstoff Thiamidol und lichtreflektierenden Pigmenten, die die Augenpartie aufhellen, sorgen für einen sofort frischen und wachen Blick. Die enthaltene Hyaluronsäure reduziert Schwellungen und glättet feine Linien, Oligopeptide stimulieren das Kollagenetzwerk der Haut für eine straffere Hautstruktur. Die Augencreme lässt sich mit einem kühlenden Metallapplikator einfach und präzise auf kleine Bereiche der Hyperpigmentierung unter den Augen auftragen; die optimale Wirkung wird bereits nach zwei Wochen erzielt.
- Die im abgelaufenen Geschäftsjahr lancierte neue Sortimentserweiterung **Eucerin Hyaluron-Filler + Elasticity Rosé Tag LSF 30** wurde entwickelt, um die fortgeschrittenen Zeichen der Hautalterung zu mildern. Die Formel mit patentiertem Thiamidol reduziert effektiv Altersflecken, Hyaluronsäure mildert selbst tiefe Falten sichtbar. Der hohe Lichtschutzfaktor schützt zusätzlich vor sonnenbedingter Hautalterung. Dank der roséfarbenen Pigmente verleiht die Tagescreme sofort einen rosig strahlenden Teint und wirkt müder, fahler Haut am Morgen entgegen. Der Kollagen-Elastin-Komplex, eine leistungsstarke Kombination aus Arctiin und Kreatin, stimuliert die Kollagenproduktion und verbessert die Elastizität der Haut sichtbar.
- Ein weiteres Thiamidol®-haltiges Produkt, das im Jahr 2023 eingeführt wurde, ist die **Eucerin Anti-Pigment Perfektionierende Körpercreme** aus der neuen Eucerin Anti-Pigment Body Serie. Das Produkt reduziert dunkle Flecken und Hautverdickungen an den Reibungsflächen wie Knien, Ellenbogen und kleinen Bereichen mit postinflammatorischer Hyperpigmentierung. Milchsäure und Dexpanthenol peelen und regenerieren die Haut sanft, während Hyaluronsäure die Haut langanhaltend mit Feuchtigkeit versorgt.
- Die neue **Eucerin Hyaluron-Filler + Elasticity Straffende Körpercreme** wurde speziell entwickelt, um den Zeichen fortgeschrittener Hautalterung am Körper entgegenzuwirken: Lang- und kurzkettige Hyaluronsäure spenden Feuchtigkeit und mildern sichtbar selbst tiefe Falten, klinisch bewährtes Thiamidol® mildert Altersflecken und beugt deren Neubildung vor und der Collagen-Elastin-Komplex stimuliert die Kollagenproduktion und verbessert die Hautelastizität. Während das Produkt bereits in einzelnen Ländern im Berichtsjahr eingeführt wurde, ist der Launch in Deutschland für Frühjahr 2024 geplant.
- Der Design-Relaunch der **Sensitive Pflaster-Serie von Hansaplast, Elastoplast und CURITAS** kam zwar ohne neue Innovation daher, sie soll aber den Verbraucher\*innen bessere Orientierung bieten und somit Kaufbarrieren beseitigen. Die neuen Claims versichern Konsument\*innen, dass die Pflaster für empfindliche Haut geeignet sind und trotzdem zugleich zuverlässig die Wunde schützen und auf der Haut haften. Die Änderung wurde auf Basis von Erkenntnissen aus der Konsument\*innenforschung angestoßen – entsprechend sind auf den Verpackungen die Claims „Besonders hautfreundlich für optimale Heilung“ und „24h Klebkraft“ vermerkt. Zusätzlich erzielten wir mit der Serie im Berichtsjahr einen großen Erfolg: Die Sensitive-Pflaster sind das erste

Pflastersortiment weltweit, das von der Skin Health Alliance akkreditiert wurde. Es handelt sich dabei um eine professionelle dermatologische Akkreditierung für Marken, deren Produkte von einem unabhängigen Gremium von Hautexpert\*innen wissenschaftlich als hautverträglich eingestuft werden.

- Das Sortiment der **Hansaplast / Elastoplast Protective Bandagen** wurde im Berichtsjahr mit dem Ziel überarbeitet, verletzte oder schwache Gelenke optimal zu unterstützen. Bei den Schutzbandagen wurden hochwertige Materialien und Oberflächen verwendet, um eine moderate Unterstützung bei alltäglichen Aktivitäten zu bieten. Mit dem integrierten Dynamic Pain Guard bietet das Sortiment Schutz und Erleichterung sowie ein individuelles Maß an Kompression durch die verstellbaren Bänder. Ergänzend wurden die **Hansaplast / Elastoplast Performance Bandagen** neu gelauncht. Die hier integrierte Dynamic Guard Technology fördert die aktive Erholung und bietet zugleich eine fortschrittliche Flexibilität und stabilisierende Unterstützung beim Sport oder bei Alltagsaktivitäten. Beide Produktreihen werden von einem internationalen Gremium von Physiotherapeut\*innen und Sportmedizinern empfohlen.
- Auf Basis neuer Forschungsergebnisse hat das 8X4 Team im Berichtsjahr zunächst beide Neueinführungen, später das gesamte Produktportfolio um einen neuen wissenschaftlich fundierten Claim zur emotionalen Wirkung der **8X4 Deos** ergänzt. Der sogenannte **Fresh Mind Effect®**, der auf allen Verpackungen ausgewiesen wird, setzt dabei auf die Kraft der Düfte. Auf Grundlage einer psychophysiologischen Studie kann 8X4 für sich beanspruchen, dass die verschiedenen angebotenen Deo-Düfte nachweislich die Stimmung heben – indem sich die Konsument\*innen körperlich und emotional erfrischt fühlen.
- Mit der **White Caviar Pearl Infusion** hat La Prairie die erfolgreiche White-Caviar-Serie um ein leistungsstarkes Serum erweitert. Es zielt auf die drei häufigsten Unregelmäßigkeiten des Hauttöns ab – Pigmentierungen, Rötungen und einen fahlen Teint – und unterstützt die Elastizität der Haut. Der Wirkstoff Lumidose gelangt dank einer zweifachen Verkapselungstechnologie optimal in die Haut und hemmt die Melaninproduktion. Der patentierte Exclusive Exclusive Exclusive Cellular Complex™ wirkt ersten Anzeichen der Hautalterung entgegen, indem er den natürlichen Erneuerungsprozess der Haut aktiviert.
- Zum 36-jährigen Bestehen interpretierte das La Prairie Team die erfolgreiche **Skin Caviar Luxe Cream** im Berichtsjahr neu. Damals wie heute verkörpert die Ikone die Essenz der Luxus-Hautpflege. Die neu entwickelte Skin Caviar Luxe Cream vereint erstmals die neu entwickelten Caviar-Mikronährstoffe mit Caviar Premier und zielt darauf ab, den Stoffwechsel der Haut zu unterstützen und ihre jugendliche Struktur wiederherzustellen. Angereichert mit dem patentierten Exclusive Cellular Complex™ von La Prairie, der die Wirkung von Kaviar verstärkt, verspricht die neue Creme ein sichtbares Erlebnis: Die Haut wird geliftet, gestrafft, geglättet und dank der enthaltenen Nährstoffe mit neuem Leben erfüllt. Der bekannte Tiegel wurde zu einem leichteren Gefäß umgestaltet, das aus recyceltem und wiederverwertbarem Glas besteht – für nachhaltigeren Luxus.
- Das neue **Chantecaille 24K Gold Serum Intense** sorgt mit einer innovativen Formel aus Peptiden, Vitamin C, Gold, Enzymen und Hyaluronsäure für eine strahlende, weichere und sichtbar erneuerte Haut. Das Erscheinungsbild von Falten wird reduziert und die Festigkeit verbessert. Darüber hinaus versorgt das luxuriöse Anti-Aging-Serum die Haut mit zusätzlicher Feuchtigkeit.
- Ein weiteres neues Produkt des Chantecaille-Sortiments haben wir mit der **Chantecaille Bio Lifting Eye Cream** auf den Markt gebracht. Die nächste Generation der pflanzenbasierten Augenpflege erneuert und revitalisiert die Augenpartie mit einer reichhaltigen Formel, die zu 95 % aus natürlichen Inhaltsstoffen besteht und frei von Mikroplastik ist. Neben neuen, innovativen

Inhaltsstoffen enthält die Creme wirksame Inhaltsstoffe aus der preisgekrönten Bio Lifting Collection von Chantecaille. Gemeinsam sorgen sie dafür, dass die Augenpartie optimal gepflegt wird – für ein sichtbar glatteres, jugendlicheres, erfrishtes und geliftetes Aussehen.

Als Ergebnis unserer regionalen Forschungsarbeit haben wir im Berichtsjahr zudem eine Reihe an lokalen Innovationen auf den Markt gebracht:

- Mit gleich sechs verschiedenen **NIVEA Skin-Tone-Deo-Produkten** erweiterten wir unter der Marke NIVEA im Berichtsjahr auf dem nordostasiatischen Markt das dort bereits erfolgreiche Skin-Tone-Sortiment. Die neuen nachhaltigen Formeln belegen nicht nur die Haut mit feinen Düften und sorgen für effektiven Schutz gegen Schweiß und Geruch – sie liefern außerdem die Technologie für einen ebenmäßigen Hautton.
- In den Ländern Südostasiens brachten wir im Berichtsjahr ein neues **NIVEA Extra Bright 10 Super Vitamins & Skin Foods Body Serum** in die Regale. Es ist ein leichtes Serum mit zehn Super-Vitaminen und essentiellen Hautnährstoffen aus der „goldenen Frucht“. Die Formel verleiht der Haut sieben Tage lang ein natürliches Strahlen, dunkle Flecken werden sichtbar reduziert. Das Produkt ist in drei verschiedenen Größen erhältlich.
- Ebenfalls für den südostasiatischen Markt haben wir das neue **NIVEA Extra Bright Deep Serum** entwickelt, das erste Körperserum mit einem hochwertigen, langanhaltenden Duft. Das Produkt ist in den beiden Duftrichtungen Velvet Romance und Miracle Sweet erhältlich für die Zielgruppe von Frauen im Alter von 18-34 Jahre. Die leichte Formel zieht schnell ein und sorgt für eine natürliche Ausstrahlung.
- In den USA setzten wir den Expansionskurs von Eucerin Sun fort und führten zwei neue Produkte ein. Zu den Neueinführungen gehörte die **Eucerin Sun Sensitive Mineral Face Lotion SPF 35**. Die getönte Sonnenschutzlotion mit dem fortschrittlichen Antioxidantien-Komplex 5AOX Shield™ passt sich nahtlos an alle Hauttöne an und bietet täglichen mineralischen Sonnenschutz für das Gesicht. Ebenfalls neu ist die **Eucerin Advanced Hydration After Sun**. Diese mit Antioxidantien angereicherte Formel hilft, trockene, sonnengestresste Haut zu beruhigen und mit Feuchtigkeit zu versorgen. Die ultraleichte Formel hinterlässt ein frisches und kühles Gefühl. Sie eignet sich für die Anwendung im Gesicht und am Körper.

## tesa

### Produkt- und Technologie-Entwicklung<sup>1</sup>

#### Nachhaltige Produkt- und Technologiekonzepte

Klebeverbindungen müssen bei Bedarf wieder gelöst werden können, um Kunden das Herstellen reparierbarer und recycelbarer Produkte zu ermöglichen. So können wertvolle Einzelkomponenten wiederverwertet und die entsprechenden 2023 in Kraft getretenen EU-Normen für elektronische Endgeräte erfüllt werden. Im Rahmen dieses Projekts hat tesa aus sechs neuen technologischen Konzepten mit unterschiedlichen Auslösemechanismen eine Vielzahl funktioneller Prototypen generiert und Kunden zum Testen übergeben. Im Automobilbau haben erste bereits vorgestellte Prototypen mit entsprechender Alterungs- und Temperaturstabilität zu einer großen Nachfrage nach weiteren Varianten mit unterschiedlichen Anforderungen geführt. Daher konnte ein erstes Produktentwicklungsprojekt erfolgreich abgeschlossen und weitere neue Projekte für die Entwicklung wiederablösbarer Klebebänder initiiert werden. In diesem Rahmen wurden viele neue Prototypen für die unterschiedlichsten Anwendungen vom Display bis hin zur Elektrofahrzeugbatterie an Kunden verschickt.

<sup>1</sup> Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

Auch in der eigenen Fertigung konnte tesa im Berichtsjahr 2023 wichtige Meilensteine erreichen, um den ökologischen Fußabdruck von Technologien und Produkten weiter zu verbessern. Die CO<sub>2</sub>e-Bilanz des beliebten doppelseitigen Klebebands tesa® 4965 konnte beispielsweise um 40 % reduziert werden, ohne die Eigenschaften des vielseitig eingesetzten Hochleistungsproduktes zu verändern. Dazu mussten nach dem Biomassebilanz-Verfahren neue biobasierte Rohstoffe eingeführt und quantitativ nachverfolgt und Folien aus 90 % recyceltem Polyester (PCR-PET) qualifiziert werden. Außerdem wurden über die gesamte Entwicklungs- und Fertigungskette hinweg neue Prozesse implementiert, um entscheidende Messgrößen, wie etwa die CO<sub>2</sub>e-Bilanz eines Produkts, überhaupt ermitteln zu können.

Ferner hat tesa seine Bestrebungen fortgesetzt, die Reduzierung und Rückgewinnung von Lösemitteln voranzutreiben. Während die Werke kontinuierlich die Verfügbarkeit lösemittelfreier Fertigungsanlagen ausbauen, wurden in der Produkt- und Technologieentwicklung weitere bestehende Sortimente modifiziert. Auch der Anteil an lösemittelfreien Neuentwicklungen konnte weiter gesteigert werden.

### Strukturelle Klebebänder

In den vergangenen Berichtsjahren hat tesa bereits Prototypen hochfester Klebeverbindungen vorgestellt, die konventionelle Schweiß- und Nietverbindungen ersetzen können. Im Jahr 2023 konnten daraus resultierende Produktentwicklungsprojekte für die Anwendung in mobilen Endgeräten bis zur Marktreife entwickelt und bei ersten Kunden erfolgreich implementiert werden. Ein weiterer Fokus für die bei Raumtemperatur härtenden Klebebänder wurde auf Anwendungen in der Automobilindustrie gelegt. Zum Schutz von Batteriezellen in Traktionsbatterien von Elektroautos oder zum Schutz von Kabelbäumen in Fahrzeugen entwickelt, werden diese Produktmuster derzeit von mehreren Kunden getestet.

### Mehrwert für Kunden durch funktionelle Klebebänder

Verglichen mit metallischen Fügeverfahren bieten polymere Klebstoffe eine vielfach größere Flexibilität bei der Materialauswahl, um zusätzliche Funktionen in die Klebeschichten zu integrieren. Im Jahr 2023 hat tesa diese technologischen Möglichkeiten weiter ausgebaut, um Kunden innovativere Produktdesigns mit funktionellen Klebelösungen zu ermöglichen. Dabei wurden durch Open Innovation neue Netzwerke zielgerichtet erschlossen, um stets die nötige Expertise, Schnelligkeit und Ressourceneffizienz bei der Entwicklung komplexer neuer Technologien und Produkte gewährleisten zu können. Die Geschwindigkeit und Fähigkeit, auf neue Technologien und Trends zuzugreifen, konnte so erhöht und eine nachhaltige sowie resiliente Innovationsfähigkeit gestärkt werden.

### Digitalisierung

Globale Innovationsführer in allen Märkten setzen zunehmend auf die Digitalisierung ihrer Entwicklungsprozesse. Dies erfordert auch für die verwendeten Klebelösungen die Bereitstellung digitaler Daten wie beispielsweise digitaler Zwillinge zur Durchführung von Versagensmodellierungen. Der hohe Anklang ausgewählter am Markt platzierter digitaler Services bei den Kunden hat sich im vergangenen Jahr erstmals in der stark wachsenden Anzahl von Anfragen nach digitalen Zwillingen und digitalem Consulting widerspiegelt. tesa hat mit einem konsequenten Ausbau des digitalen Produktportfolios die Entwicklung beschleunigt und die Kundenbindung erhöht. Mehrere jetzt aktive Forschungsk Kooperationen bilden eine solide Basis für einen kontinuierlichen Wissensaufbau in den Bereichen künstliche Intelligenz, Simulation und Digitalisierung.

### Entwicklungen für die Energiewende

Der Schwerpunkt in der Produkt- und Technologieentwicklung liegt auf Lösungen für die Energiewende. Diese konnten im letzten Berichtszeitraum weiter ausgebaut werden. Das betrifft beispielsweise die Bereiche Wasserstoffwirtschaft, Gebäudeenergiemanagement und Elektromobilität. Im letzten Bericht wurde ein erster funktioneller Prototyp einer auf Knopfdruck dimmbaren Fensterfolie vorgestellt, die es ermöglicht, Gebäudeverglasungen von Neu- und Bestandsgebäuden energiesparend auszurüsten. Im Jahr 2023 konnte diese Technologie so weit optimiert werden, dass

alternative, auf dem Markt verfügbare Lösungen von der Leistung her übertroffen werden. Zusammen mit mehreren Kooperationspartnern konnten bereits Pilotmuster gefertigt und einem ersten potenziellen Kunden zur Ausprüfung übergeben werden.

Für die Fertigung moderner Brennstoffzellen wurden funktionale Folien weiterentwickelt, mit denen die Brennstoffzelle besonders schnell und effizient zusammengebaut werden kann. Die neuesten optimierten Prototypen haben das Interesse von Kunden geweckt und den Abschluss neuer Kooperationen mit ausgewählten Innovationsführern ermöglicht.

Großkunden der Automobilindustrie wurden zahlreiche neue Prototypen für den Bereich Elektromobilität vorgestellt. Ein besonderer Fokus wurde auf das Schützen und Verkleben von Batteriezellen sowie deren Module und Gehäuse gesetzt. Aber auch für völlig neue Anwendungen innerhalb der Batteriezelle konnten Prototypen entwickelt werden. So ist es beispielsweise gelungen, die Rezepturen der Klebmassen exakt auf die komplexen und empfindlichen elektrochemischen Prozesse während der vielen Lade- und Entladevorgänge abzustimmen, um eine lange Batterielebensdauer zu garantieren.

Weitere Informationen zur Produkt- und Technologieentwicklung bei tesa finden Sie unter [www.tesa.com/de-de/ueber-uns/product-and-technology-development](http://www.tesa.com/de-de/ueber-uns/product-and-technology-development).

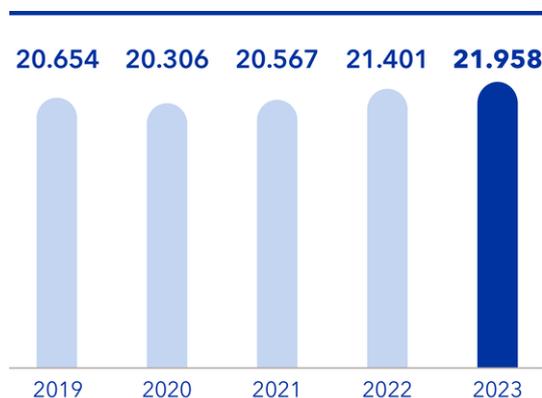
## Menschen bei Beiersdorf<sup>1,2</sup>

Wir sind davon überzeugt, dass unsere Mitarbeitenden der Schlüssel zum Erfolg unseres Unternehmens sind. Ihr Engagement und ihre fachliche Kompetenz haben einen maßgeblichen Einfluss darauf, dass unsere Marken und Produkte auf der ganzen Welt geschätzt und gekauft werden. Als Arbeitgeber bieten wir unseren Beschäftigten attraktive Rahmenbedingungen sowie vielfältige Möglichkeiten, persönlich zu wachsen und die Zukunft des Unternehmens mitzugestalten. Damit schaffen wir eine wichtige Grundlage, um im Wettbewerb um talentierte Fachkräfte erfolgreich zu sein.

Zum 31. Dezember 2023 beschäftigten wir bei Beiersdorf weltweit insgesamt 21.958 Mitarbeitende und damit 2,6 % mehr als im Jahr zuvor (Vorjahr: 21.401). Von ihnen waren 6.778 (Vorjahr: 6.676) in Deutschland tätig, dies entspricht einem Anteil von 31 % (Vorjahr: 31 %). Im Unternehmensbereich Consumer arbeiteten insgesamt 16.769 Beschäftigte (Vorjahr: 16.419), 5.189 bei tesa (Vorjahr: 4.982).

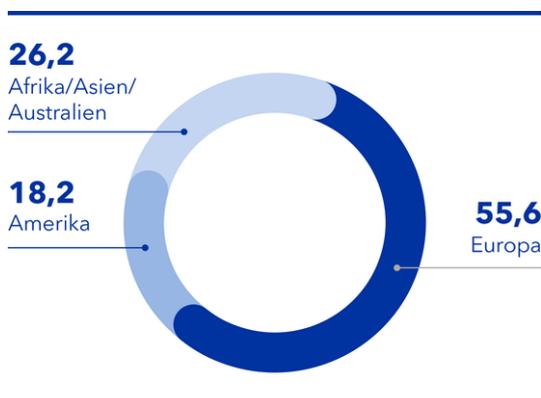
Anzahl Mitarbeitende Konzern

Stand 31.12.2023



Anteil Mitarbeitende Konzern nach Regionen

(in %)



<sup>1</sup> Mit ↗ gekennzeichnete Abschnitte enthalten Informationen, die Teil unserer Nichtfinanziellen Erklärung sind.

<sup>2</sup> Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

## Consumer

### Zukunftsorientierte Personalstrategie

Unsere Vision ist es, das beste Hautpflegeunternehmen der Welt zu werden. Mit unserer im Geschäftsjahr 2023 formulierten „People Strategy“ haben wir die Weichen für die Modernisierung unserer HR-Tätigkeit und unserer HR-Organisationsstruktur gestellt: Unsere Aufgabe ist es, die Mitarbeitenden von Beiersdorf in allen Dimensionen zu befähigen, unsere gemeinsame Vision umzusetzen.

Die People Strategy hat drei wesentliche Zielvorgaben, auf die unsere Initiativen in den nächsten Jahren ausgerichtet sind:

1. Für unsere Funktionen und Regionen sind wir ein wertvoller Business-Partner, der durch seine Expertise für Organisationsentwicklung, Kultur und Change-Management unser Unternehmen agil und zukunftsfähig gestaltet. Hierfür sind wir in vier Schwerpunktbereichen tätig, den sogenannten „Game Changern“:
  - „Future Fit & Agile Organization“: Wir unterstützen und fördern organisatorische Veränderungsprozesse mit dem Ziel, Beiersdorf stets weiterzuentwickeln und dauerhaft zukunftsfähig zu halten.
  - „World-Class Employee Experience“: Vom Erstkontakt bis zum Austritt aus dem Arbeitsleben fördern und begleiten wir unsere Mitarbeitenden in den Momenten, die zählen. So stärken wir Engagement, eine hohe emotionale Bindung und Produktivität.
  - „Talents for Tomorrow“: Wir entwickeln unsere Mitarbeitenden kontinuierlich weiter und sichern unsere Nachfolgeplanung. Diversität und Inklusion spielen eine zentrale Rolle in unserer Unternehmenskultur. Unser Ziel: Arbeitgeber der Wahl für unsere derzeitigen und zukünftigen Talente zu sein.
  - „Role Model Leaders“: Wir haben ein gemeinsames Verständnis von Führungskompetenz und Standards und fördern unsere Führungskräfte in ihren Entwicklungsfeldern.
2. Um als Human Resources (HR)-Organisation effizient und effektiv zu arbeiten, definieren wir in unserem eigenen HR-Operating-Model Rollen, Verantwortlichkeiten und Arbeitsprozesse auf globaler, regionaler und lokaler Ebene. Wir verstehen uns als EIN globales HR-Team und pflegen eine inspirierende und wertschätzende Zusammenarbeit.
3. Wir modernisieren und harmonisieren unsere globale Digital-Infrastruktur im HR-Bereich. Damit liefern wir unserer Organisation eine bessere Datenqualität, unseren Mitarbeitenden eine bessere „User Experience“ und unseren eigenen Fachabteilungen Effizienzen durch die Automatisierung von Standardprozessen.

Für jedes dieser Ziele haben wir Maßnahmen und „Key Performance Indicators“ (KPIs) entwickelt. Erste Maßnahmen setzten wir bereits im Berichtsjahr erfolgreich um. Hierzu gehört unsere bereits gestartete HR-Modernisierung, die wir im Jahr 2024 fortführen werden („Future Fit & Agile Organization“), aber auch der Umzug auf unseren neuen Beiersdorf Campus am Standort Hamburg, der unser Verständnis von New Work widerspiegelt und damit unsere kulturelle Transformation unterstützt („World-Class Employee Experience“). Einen großen Erfolg feierten wir mit der vorzeitigen Zielerreichung unserer Gender Parity Ambition; hier erreichten wir im Berichtsjahr, und sogar 18 Monate früher als geplant, eine geschlechterparitätische Besetzung aller Führungspositionen im Verhältnis 50:50 („Talents for Tomorrow“). Diese Meilensteine werden im Laufe des Kapitels näher vorgestellt. Mit Blick auf die zweite

strategische Priorität bereiteten wir im abgelaufenen Jahr unter dem Motto „CARE CHANGES EVERYTHING“ den Roll-out unserer ersten globalen Employer-Branding-Kampagne vor und trafen Vorbereitungen für unsere verbesserte „Candidate Recruitment Experience“. Beide Projekte werden im Jahr 2024 ausgerollt. Mehr zur Employer-Branding-Kampagne lesen Sie im Verlauf dieses Kapitels. Dem Thema Führung widmen wir in diesem Kapitel ebenfalls einen eigenen Abschnitt.

## Unternehmenskultur und Werte

Wir sind davon überzeugt, dass unsere besondere Kultur die DNA von Beiersdorf ist. Sie basiert auf Vertrauen, Kollaboration, Respekt, Offenheit und gegenseitiger Wertschätzung - und stellt neben unseren Core Values „Care“, „Simplicity“, „Courage“ und „Trust“ insbesondere das „Wir“ in den Mittelpunkt. Diese „Wir-Kultur“ macht uns stark und agil. Sie ist ein wesentlicher Faktor für unseren guten Zusammenhalt („Togetherness“) und unseren nachhaltigen Unternehmenserfolg. Gerade in herausfordernden Zeiten zeigen wir, dass wir uns als Team aufeinander verlassen können und zusammen ein Ziel verfolgen: gemeinsam das beste Hautpflegeunternehmen der Welt zu werden. Dafür wollen wir ein Arbeitsumfeld schaffen, in dem jede\*r das Beste geben kann. Unser jährlich durchgeführte Mitarbeitenden-Umfrage teampulse (mehr dazu auf Seite 71) hat die hohe Identifikation mit unseren Core Values bestätigt.

## Wie wir „Care“ nach innen leben

Als eines der weltweit größten Hautpflege-Unternehmen ist es unser erklärtes Ziel, unseren Core Value „Care“ bewusst zu leben und nach innen und außen in all unseren Aktivitäten zu verankern. Dies zeigt sich in unserem Purpose „Care Beyond Skin“ und unserer gleichnamigen Nachhaltigkeitsstrategie, ebenso wie auf unserem neuen Campus am Standort Hamburg und seinen vielfältigen Serviceangeboten. Diese besondere Fürsorge, die weit über den Bereich der Hautpflege hinaus geht, wissen auch unsere Mitarbeitenden zu schätzen. Unsere Unternehmenskultur und Zusammengehörigkeitsgefühl werden dadurch gestärkt, zudem macht sie uns auch für neue Talente attraktiver und grenzt uns vom Wettbewerb ab.

Seit vielen Jahren zeigen wir „Care“ auch durch unser Angebot vielfältiger Arbeitszeitmodelle, mit denen sich Arbeit und Privatleben besser in Einklang bringen lassen. 84 % (Vorjahr: 75 %) unserer Ländergesellschaften bieten Gleitzeit, 94 % (Vorjahr: 95 %) mobiles Arbeiten oder Homeoffice, 55 % (Vorjahr: 48 %) Teilzeitangebote und 39 % (Vorjahr: 35 %) Sabbaticals. Auch das Angebot des Jobsharing-Modells, auf das wir im Abschnitt „Diversity, Equity & Inclusion“ näher eingehen, wollen wir in den kommenden Monaten global ausweiten. Im DE&I-Abschnitt werden zudem weitere Beispiele genannt, wie wir unsere Mitarbeitenden durch verschiedene Maßnahmen unterstützen und auf individuelle Bedürfnisse eingehen.

Ergänzend zu den vielfältigen Möglichkeiten zur flexiblen Arbeitsgestaltung bieten wir am Standort Hamburg mit unserem Betriebskindergarten „TroploKids“ umfassende Betreuungsmöglichkeiten für die Kinder unserer Beschäftigten. Die Kindertagesstätte gehört mit ihren 108 Betreuungsplätzen und 26 Erzieher\*innen (Stand: 31. Dezember 2023) zu den größten ihrer Art in Deutschland.

Einen ganz besonderen Meilenstein unseres „Care“-Engagements setzten wir im Februar des Berichtsjahres: Anlässlich des Weltkrebstags 2023 unterzeichneten wir als erstes deutsches Unternehmen den von der Publicis Groupe initiierten #workingwithcancer Pledge. Im Einklang mit unserem Core Value „Care“ haben wir uns damit verpflichtet, unsere Mitarbeitenden, bei denen Krebs oder eine andere lebensbedrohliche Krankheit diagnostiziert wurde, zu unterstützen und die Stigmatisierung von Krebs und anderen lebensbedrohlichen Erkrankungen am Arbeitsplatz zu reduzieren. Ein funktionsübergreifendes Projektteam arbeitete im abgelaufenen Jahr intensiv daran, dies in die Tat umzusetzen und die Basis für einen unterstützenden und genesungsfördernden Arbeitsplatz zu schaffen. Zum Weltkrebstag 2024 kommunizierten wir in- und extern die Einführung

einer globalen Richtlinie, mit der wir unsere Mitarbeitenden bei lebensbedrohlichen Krankheiten unterstützen. Mit ihr gewähren wir allen Beschäftigten weltweit einheitliche Mindeststandards und schließen Lücken in den sozialen Sicherungssystemen der verschiedenen Länder. Die „Global Critical Illness Policy“ umfasst beispielsweise eine einjährige Arbeitsplatzgarantie und 100 Prozent Lohnfortzahlung für Mitarbeitende, die lebensbedrohlich erkrankt sind.

Ergänzend zu diesem besonderen Engagement leisteten wir im Berichtsjahr abermals über unser Gesundheitsmanagement einen wesentlichen Beitrag, die Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeitenden zu erhalten, gezielt zu fördern und im Falle einer Erkrankung aktiv wiederherzustellen. Unter dem gemeinsamen Dach „GOOD FOR ME“ vereinen wir die drei Teams „Medical“, „Wellbeing“ und „Social“, die über das ganze Jahr den Mitarbeitenden vielfältige Angebote ermöglichen. Dazu gehören beispielsweise Ergonomie-Beratungen, psychologische Sprechstunden, Bewegungsangebote und Gesundheitsvorträge, aber auch regelmäßige Gesundheits-Checks. Im Berichtsjahr sind zudem die Vorbereitungen angelaufen, um am Weltkrebstag 2024 am Standort Hamburg eine Krebspräventionswoche anzubieten. Die Idee dahinter: Neben Fachvorträgen können unsere Mitarbeitenden kostenlos an verschiedenen Krebsvorsorgeuntersuchungen teilnehmen oder spezielle Untersuchungstechniken zur Selbstvorsorge lernen. Über gezielte Mental-Health-Angebote stellte das Team im Berichtsjahr zudem erneut das Thema mentale Gesundheit in den Fokus. Dabei soll einerseits das Bewusstsein für dieses wichtige Thema gesteigert und andererseits die Gesundheitskultur im Unternehmen gestärkt werden.

Am Standort Hamburg bot das betriebsärztliche Team im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut kostenlose Corona- und Gripeschutzimpfungen an. 1.554 Beschäftigte (Vorjahr: 1.784) nahmen das Grippe-Impfangebot, 209 Beschäftigte (Vorjahr: 2.620) das Corona-Angebot an.

#### ↓ Attraktivität als Arbeitgeber und Mitarbeitendenengagement

Unser Ziel ist es, ein inklusives und motivierendes Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem alle Mitarbeitenden ihr volles Potenzial entfalten können. Dies können wir nicht allein erreichen, indem wir neue, hybride Arbeitsweisen fördern - sondern indem wir zusätzlich eine Kultur von Vertrauen, Befähigung und Gemeinschaft leben und unseren Purpose „Care Beyond Skin“ ernst nehmen.

Das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden liegt uns am Herzen. Das Prinzip von Partizipation und Teilhabe ist uns wichtig. Darüber hinaus setzen wir auf das Mitarbeitendenerlebnis und das Mitarbeitendenengagement, also die emotionale Bindung unserer Mitarbeitenden an unser Unternehmen. Wir wollen ein echtes Gefühl für die Stimmung bei Beiersdorf erhalten und erfahren, wie es um das Engagement bestellt ist. Aus diesem Grund führen wir regelmäßig globale Mitarbeitendenbefragungen durch. Mit diesen „Pulse Checks“ wollen wir den Dialog zwischen unseren Führungskräften und ihren Teams fördern und können Verbesserungsmaßnahmen gezielt angehen.

Im vierten Quartal des Berichtsjahres haben wir unsere etablierte Engagement-Umfrage „teampulse“ erneut weltweit durchgeführt. Um dabei die Vergleichbarkeit zu den Vorjahren gewährleisten zu können, behielten wir die Kernfragen bei und ergänzten diese um einige Zusatzfragen zu aktuellen Themen (z. B. zu Entscheidungsfindung und Kommunikation). Wie in den Vorjahren zeigten unsere Mitarbeitenden großes Interesse, ihr Feedback zu teilen. Die Teilnahmequote lag bei 92 % (Vorjahr: 89 %). Die Umfrage machte drei wesentliche Stärken unseres Unternehmens sichtbar: Unsere Kolleg\*innen schätzen unser diverses und inklusives Arbeitsumfeld, sie fühlen sich auch in Zeiten der Unsicherheit mit uns verbunden und sie haben das Gefühl, dass sie aktiv zu unserem Unternehmenserfolg beitragen. Ergänzend zu den standardisierten Antworten aus dem Fragebogen erhielten wir in über 23.000 Kommentaren (Vorjahr: über 22.000) zusätzliches Feedback. Die Teams haben die Umfrageergebnisse und das detaillierte Feedback bereits zum Anlass genommen, um in den Dialog zu treten und Ideen und Anregungen zu diskutieren. In den nächsten Monaten geht es darum,

gemeinsam Maßnahmen zu entwickeln, um das Mitarbeitendenengagement bei Beiersdorf nachhaltig beizubehalten.

### Partizipation und Teilhabe

Partizipation und Teilhabe sind ebenso wie Transparenz und Dialog auf Augenhöhe wesentliche Erfolgsfaktoren für eine gute Wir-Kultur. Wir fördern die Einbeziehung aller Mitarbeitenden durch verschiedene Veranstaltungen, die überwiegend in Präsenz stattfinden, meist aber auch global gestreamt werden. Hierzu zählen neben verschiedenen globalen und lokalen Townhall-Meetings auch Betriebsversammlungen und Events bzw. Messen verschiedener Fachbereiche. Über E-Mails von unserem Executive Committee sowie unser Intranet - auf globaler und lokaler Ebene - wollen wir alle Mitarbeitenden weltweit informieren und involvieren. Dieser Austausch soll unsere Wir-Kultur stärken und ist zugleich Ausdruck unseres Core Values „Care“. [↑](#)

Ein weiterer wichtiger Teil unserer Unternehmenskultur ist die enge Einbindung von Arbeitnehmer\*innenvertretungen. Sie ermöglicht es uns, im Rahmen einer konstruktiven und vertrauensvollen Zusammenarbeit, manchmal auch schwierige Entscheidungen gemeinsam zu treffen und zu realisieren.

Eine besonders große Rolle spielte die Partizipation und Teilhabe im Rahmen der Planung unseres Campus, unserer neuen Unternehmenszentrale in Hamburg, die wir im September 2023 offiziell eröffneten: Die Mitarbeitenden waren von Projektbeginn an involviert und prägten den Campus bereits vor der Fertigstellung maßgeblich. Das reichte von der Gründung eines Change-Netzwerks bis hin zu Mitarbeitendenbefragungen zur Arbeitsplatzzufriedenheit, regelmäßige Baustellentouren mit über 1.200 internen Beteiligten, Team-Sprechstunden und der Möglichkeit, Raummodule und Campus-Möbel nach eigenen Bedürfnissen zu priorisieren. Auch die Namen der einzelnen Gebäude stammen von unseren Mitarbeitenden. Zudem wurde mit dem neuen Campus dem expliziten Wunsch vieler Mitarbeitenden entsprochen, den kreativen Austausch untereinander zu fördern und mehr Raum für Kollaboration und gegenseitige Inspiration sowie für das „Über-den-eigenen-Tellerrand-Hinausblicken“ zu haben.

Auch bei vielen unserer Aktivitäten im Bereich Diversity, Equity & Inclusion geht es um Partizipation und Teilhabe. Mehr dazu findet sich im Abschnitt „Diversity, Equity & Inclusion“ am Ende des Kapitels.

### New Work und hybrides Arbeiten

In den letzten Jahren hat sich unsere Arbeitswelt grundlegend verändert. Geprägt durch die Digitalisierung und neue Technologien etablierte sich hybrides Arbeiten mehr und mehr und „New Work“ wurde zum Synonym für neue Arbeitsformen und -konzepte.

[↓](#) Auch wir bei Beiersdorf setzen seit mehreren Jahren auf flexibles Arbeiten. Beispielsweise können unsere Mitarbeitenden der Beiersdorf AG, Beiersdorf Customer Supply GmbH und Beiersdorf Shared Services GmbH auf Basis einer Betriebsvereinbarung aktuell bis zu 40 % ihrer individuellen Soll-Arbeitszeit an einem flexiblen Arbeitsort arbeiten, sofern es mit dem individuellen Jobprofil vereinbar ist. Auch weltweit bieten wir hybrides Arbeiten an. [↑](#)

Moderne Arbeitswelten gehen für uns mit New Work einher. Mit ihnen fördern wir neue Formen der Zusammenarbeit und schaffen eine angenehme Arbeitsatmosphäre. Ausgehend von dieser Grundidee haben wir unsere Büros in Seoul, Bukarest und Amsterdam im Berichtsjahr grundlegend modernisiert. Das besondere Highlight des Jahres 2023 bestand aber in der Eröffnung unseres neuen Beiersdorf Campus mitten im Herzen von Hamburg - dort, wo unsere Erfolgsgeschichte vor 142 Jahren begann. Diese neue Konzernzentrale, die renovierte Bestandsgebäude und Neubauten auf einem Areal von 51.000 m<sup>2</sup> zu einem großen Campus vereint, ist unsere Chance zur weiteren kulturellen Transformation.

Hier wollen wir das Buzzword New Work mit Leben füllen, noch effizienter werden und Abteilungs-Silos auflösen. Für uns bei Beiersdorf bedeutet New Work dabei die maximale Entscheidungsfreiheit unserer Mitarbeitenden. Der Campus schreibt daher keinem unserer rund 3.000 Beschäftigten in Hamburg ein Arbeitsplatzkonzept vor, sondern bietet verschiedene Möglichkeiten, um sich – abhängig von der eigenen Arbeitsweise und den anstehenden Aufgaben und Projekten – täglich neu zu entscheiden und dort zu arbeiten, wo es für jeden am besten passt. Ob in der eigenen Teamnachbarschaft, in einem kleinen Raum, drinnen, draußen im Park, im Working Café oder auf unserer 4.000 m<sup>2</sup> großen Kollaborationsebene mit modularen Workshop- und Werkstattflächen – das Angebot an Möglichkeiten ist groß und jede\*r Mitarbeitende hat tagtäglich die Wahl. Hinzu kommen Serviceangebote wie Fitness- und Osteopathie-Angebote, Fahrrad-, Wäsche- und Postservice, bis hin zu unserem eigenen Betriebskindergarten.

Seitdem der Campus im September 2023 seine offizielle Eröffnung feierte, erleben wir, wie gern unsere Mitarbeitenden ins Büro kommen, um sich auszutauschen und um kollaborativ und kreativ zu arbeiten. Das war auch das Ziel unseres 250 Millionen Euro Investments: einen modernen Campus zu schaffen, der alle Mitarbeitenden inspiriert und regelmäßig zusammenbringt – als Basis für unseren wirtschaftlichen Erfolg, neue Innovationen und um unsere ganz besondere Wir-Kultur und unsere Idee von „Togetherness“ leben zu können.

### Wettbewerb um Talente

Der Wettbewerb um Talente spitzt sich seit Jahren zu. Der Arbeitgebermarkt hat sich in einen Arbeitnehmermarkt gewandelt – auch weil der Wettbewerb um die besten Talente immer internationaler wird. Zeitgleich haben sich die Erwartungen und Bedürfnisse dieser Zielgruppe verändert. Der Wunsch nach flexiblerem Arbeiten rückt zunehmend in den Vordergrund.

Wir als Unternehmen stellen uns auf diese Entwicklung ein und versuchen mit unserer Vorstellung von New Work sowie einer hohen Innovationskraft und dem Einsatz neuester Technologien die passende Antwort zu geben, um so die besten Mitarbeitenden zu gewinnen und zu halten. Darüber hinaus setzen wir bei unseren Aktivitäten zur Talentsuche im Berichtsjahr auf eine Mischung aus Präsenzveranstaltungen und digitalen Angeboten. Hierzu zählte beispielsweise unser „Open House Day“, bei dem wir in diesem Jahr auf Präsenz setzten und an unserem neuen Beiersdorf Campus gemeinsam mit unseren Kolleg\*innen von tesa und Tchibo 80 internationalen Teilnehmer\*innen Einblicke in unsere drei Unternehmen gaben. Seit dem Berichtsjahr bieten wir zudem Live-Stream-Events mit ausgewählten Beiersdorfer\*innen – darunter auch Vorständen – zu verschiedenen Schwerpunktthemen an. Bei ihnen geben wir Studierenden und jungen Berufstätigen die Möglichkeit, Beiersdorf näher kennenzulernen und Fragen zu stellen. Darüber hinaus war unserer Early-Career-Team vor Ort bei unseren Partnerhochschulen und bei verschiedenen Hochschulmessen, darunter dem CEMS Career Forum 2023 in Barcelona. Ergänzend dazu informieren wir über die Karriere-Seiten der Beiersdorf Websites über offene Ausschreibungen sowie Einstiegsoptionen für junge Menschen und Talente.

Um uns darüber hinaus noch stärker als internationaler und attraktiver Arbeitgeber für Talente von heute und morgen zu positionieren und uns gleichzeitig von anderen Arbeitgebern zu differenzieren, haben wir im Berichtsjahr ein neues, erstmals global ausgerichtetes Employer-Branding-Konzept entwickelt. Die dazugehörige Kampagne macht deutlich, was uns als Arbeitgeber ausmacht und stellt dabei unseren Unternehmenswert „Care“ in den Mittelpunkt. Unter dem Motto „Who cares? We care.“ zeigt die Kampagne aktuelle Mitarbeitende und lädt mit zielgruppenspezifischen Botschaften und einem ansprechenden „Look-and-feel“ Talente dazu ein, mehr über Beiersdorf zu erfahren. Um die Zielgruppe bestmöglich zu erreichen, wird die Kampagne ab dem ersten Quartal 2024 weltweit parallel über verschiedene Kanäle laufen. Dazu gehören diverse Social Media-Touchpoints, Jobportale und Events. Die Karrierewebsite wird zum Start der neuen Kampagne ebenfalls einem Relaunch unterzogen.

## ↓ Aus- und Weiterbildung

Zu unserem Selbstverständnis gehört es auch, Beschäftigungsperspektiven für junge Menschen zu schaffen. Wir bilden in Deutschland bedarfsorientiert aus und überprüfen das Portfolio unserer Ausbildungsberufe und studienintegrierenden Ausbildungen regelmäßig. Beiersdorf bot im Berichtsjahr am Stammsitz Hamburg Ausbildungen in neun Ausbildungsberufen an. Ende 2023 beschäftigten wir hier 96 Auszubildende (Vorjahr: 99). 32 von ihnen haben ihre Ausbildung im Berichtsjahr neu begonnen, während 27 Auszubildende (Vorjahr: 34) nach erfolgreichem Abschluss ihrer Ausbildung von uns in ein befristetes oder unbefristetes Anstellungsverhältnis übernommen wurden. Acht der neuen Auszubildenden starteten ihre Ausbildung nach dem Modell der studienintegrierenden Ausbildung. Hierbei beginnen die Auszubildenden parallel zur dreijährigen Ausbildung zum\*r Industriekaufmann\*frau zusätzlich ein vierjähriges Bachelorstudium im Fach BWL mit dem Schwerpunkt „Industrie“.

Zudem bieten wir unser globales Traineeprogramm BEYOND BORDERS für Berufseinsteiger sowie zahlreiche Praktikumsplätze für Studierende aus der ganzen Welt an. Die Anzahl junger Beschäftigter im globalen Traineeprogramm BEYOND BORDERS betrug zum Berichtsjahresende 18 (Vorjahr: 16). Davon starteten 10 Trainees im Jahr 2023 (Vorjahr: 11). Während des 18-monatigen Programms absolvieren die Trainees individuell abgestimmte Einsätze im In- und Ausland. Sie können vorab zwischen sechs verschiedenen Schwerpunkten wählen: Corporate Strategy, Brand Management & Digital Marketing, Sales & E-Commerce, Finance & Controlling, Supply Chain Management und Human Resources.

## Führung

Die Basis für ein attraktives und wertschätzendes Arbeitsumfeld, in dem alle Mitarbeitenden ihr Bestes geben können, ist eine offene und moderne Führungskultur. Um sie zu etablieren, haben wir bereits im Jahr 2017 mit „Leadership the Beiersdorf Way“ unser Verständnis einer guten Führungskultur formuliert. Dieses Führungsverständnis fußt auf unseren Unternehmenswerten „Care“, „Simplicity“, „Courage“ und „Trust“ und zielt darauf ab, Führungspersönlichkeiten zu entwickeln, die authentisch sind, inspirieren und ihr Team zu herausragenden Leistungen befähigen. Die Idee dahinter: Indem Mitarbeitende mehr Entscheidungsbefugnisse bekommen, steigt ihre emotionale Bindung („Engagement“) und Eigenverantwortung. Dies führt zu besseren Teamleistungen und einer höheren intrinsischen Motivation.

Im Berichtsjahr setzten wir unsere Arbeit an der Entwicklung eines neuen Führungsverständnisses fort. Der globale Roll-out ist für das Jahr 2024 geplant. Wir nutzten das abgelaufene Jahr, um den Dialog unserer ersten Führungsebene mit dem Vorstand zu intensivieren (unter anderem durch funktionsübergreifende Zusammenarbeit in strategischen Projekten) und 360°-Feedbacks für alle Führungskräfte, die direkt an den Vorstand berichten, durchzuführen. Darüber hinaus fortgeführt haben wir unsere „Behavior Activation Journey“, mit der wir Verhaltensweisen in unsere tägliche Arbeitskultur integrieren wollen, die für unseren Erfolg wichtig sind. Neben der Prioritätensetzung (Prioritization) geht es vor allem um die Etablierung einer offenen Kommunikationskultur. Damit wollen wir eine Kultur fördern, in der Mitarbeitende ein psychologisch sicheres Umfeld vorfinden, indem sie ihre eigene Meinung haben und vertreten können und in dem sie Dinge in Frage stellen können. Auf diese Weise wollen wir das Potenzial unterschiedlicher Perspektiven unserer Belegschaft besser ausschöpfen.

Um Führungstalente zu identifizieren und zu fördern, setzen wir seit 2021 auf den „Development & Potential Process“. Er stellt unter dem Motto „Develop your way“ die individuelle Entwicklung aller Mitarbeitenden in den Mittelpunkt und besteht aus drei Stufen: der fokussierten Selbstreflexion, einer Austauschrunde zwischen Führungskräften (Development Reviews) und dem individuellen Entwicklungsgespräch, in dem der\*die Mitarbeitende zusammen mit der Führungskraft den individuell zugeschnittenen Entwicklungsplan bespricht.

Zur Identifizierung des Potenzials von Mitarbeitenden bauen wir auf das „Learning Agility Model“, das die vier Dimensionen „Mental Agility“, „People Agility“, „Change Agility“ und „Results Agility“ umfasst. Auf dieser Basis wollen wir potenzielle Führungskräfte identifizieren, die mit der Fähigkeit ausgestattet sind, sich an neue Rahmenbedingungen anzupassen, schnell und aus Erfahrungen zu lernen und sich weiterzuentwickeln. Potenzial ist daher nicht mit der Performance gleichzusetzen, sondern bezeichnet die Fähigkeit, mit zukünftigen Herausforderungen bestmöglich umgehen zu können.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir an der Weiterentwicklung unserer Prozesse gearbeitet und die Qualität der Entwicklungspläne für Nachfolgekandidaten verbessert. Im kommenden Jahr werden wir uns darauf fokussieren, die Qualität der Entwicklungspläne auf allen Managementebenen weiter zu verbessern.

Unser grundlegendes Ziel besteht darin, die Mehrheit der Managementpositionen mit Talenten aus den eigenen Reihen zu besetzen – und dieses Ziel ging auf: Im Geschäftsjahr 2023 vergaben wir 100 % der Stellen der ersten Managementgruppe (Vorjahr: 100 %) und 73 % der zweiten Managementgruppe (Vorjahr: 89 %) an interne Talente. Um diese zu unterstützen, bieten wir unter anderem das „Base Camp“-Training, das sich an alle Mitarbeitenden richtet, die erstmals eine Führungsposition übernehmen. Darüber hinaus umfasst unser Weiterbildungsportfolio für Führungskräfte das Programm „Lead with Care & Courage“, das sich an leitende Führungskräfte und Angestellte richtet, „Lead in Change“, das sich an alle weiteren Führungskräfte richtet sowie zahlreiche weitere Führungskräfte trainings auf unserer Online-Lernplattform „COMPASS Learning“ (z. B. zu den Themen „Führen von virtuellen Teams“ oder „Resilience“).

## Wissen und Lernen

Wir sind davon überzeugt, dass für nachhaltigen Erfolg und beständiges Wachstum die Fähigkeiten und Kompetenzen unserer Mitarbeitenden von entscheidender Bedeutung sind. Aus diesem Grund investieren wir kontinuierlich in die Qualifizierung unserer Belegschaft und verfolgen mit unserer globalen Lernstrategie die Idee einer „lernenden Organisation“, bei der wir das selbstgesteuerte, lebenslange Lernen aller Mitarbeitenden fördern. Unser Konzept basiert dabei auf drei Säulen:

- dem Aufbau und der Pflege einer globalen Lerninfrastruktur, d. h. eines flexiblen Lernmanagementsystems, in dem eigene Lerninhalte erstellt werden können,
- der Förderung eines zielgerichteten Lernens, einschließlich der Beratung und der Bereitstellung gruppenspezifischer Lerninhalte,
- und schließlich der Verankerung des Lernens in unserem Arbeitsalltag.

Im Berichtsjahr haben wir unsere im Jahr 2019 etablierte globale Lernmanagement-Plattform „COMPASS Learning“ um neue Lerninhalte erweitert. Hierzu gehörten verschiedene E-Learning-Programme zu den Themen Nachhaltigkeit und Verhaltensänderung sowie zur digitalen Weiterbildung. Mit „LEVEL-UP“ haben wir das erste globale Weiterbildungsprogramm für digitales Upskilling (mit dem Fokus auf Office 365) entwickelt; es wurde in Zusammenarbeit unterschiedlicher Fachbereiche, darunter auch regionaler Lernverantwortlicher, erstellt. Mit unseren verschiedenen Lerninhalten möchten wir sicherstellen, dass unsere Mitarbeitenden aller Bereiche speziell auf sie zugeschnittene Lernangebote finden.

Als neuen und wesentlichen Baustein unserer Lerninfrastruktur führten wir im Berichtsjahr – zunächst begrenzt für einzelne Funktionen und Länder – unsere neue Learning Experience Plattform „SKILLCARE“ ein. Als neues Beiersdorf Learning Center vereint SKILLCARE alle internen und externen Lernangebote, die der Belegschaft zur Verfügung stehen. Das heißt, die Lernplattform „COMPASS“ ist in unserem neuen Learning-Gateway ebenso integriert, wie unser virtuelles Lernangebot von über 21.800 „LinkedIn Learning“-Kursen und über 600.000 „LinkedIn Learning“-Videos, einschließlich

bestehender kuratierter Pfade zu Diversität, Equity & Inklusion und Resilienz. Als neue Fachinhalte speziell für Sales-Mitarbeitende entwickelte ein Projektteam aus globalen Lernverantwortlichen sowie der Sales Academy neue, auf dem Sales-Competency-Modell basierende Lernpläne, die als spezifische Lerninhalte auf SKILLCARE zur Verfügung stellen. Auch für den HR-Bereich wurden im abgelaufenen Jahr neue, maßgeschneiderte Lernprogramme basierend auf den HR-Upskilling Prioritäten für 2023 entwickelt, die nun in SKILLCARE zur Verfügung stehen. Außerdem wurde als erstes funktionsübergreifendes Lernprogramm im November 2023 der „Operational Excellence“ (OPEX)-Lernpfad auf SKILLCARE veröffentlicht.

Im Jahr 2024 soll die Nutzung von SKILLCARE auch auf weitere Funktionen und Regionen ausgeweitet werden. Mit diesem Schritt wollen wir ein globales und umfassendes Lernökosystem aufbauen, das das zielgerichtete und selbstbestimmte Lernen im Arbeitsalltag erleichtert.

### Diversity, Equity & Inclusion

Als global agierendes Unternehmen sehen wir die Verankerung von Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion (Diversity, Equity and Inclusion, kurz DE&I) als echten Wettbewerbsvorteil. Wir sind davon überzeugt, dass Menschen motivierter, leistungsfähiger und zufriedener sind, wenn ihre unterschiedlichen Hintergründe, Erfahrungen und Kompetenzen wertgeschätzt werden und sie sich mit ihrer Persönlichkeit und Individualität so einbringen können, wie sie sind. Daher wollen wir neben gerechten Chancen auch eine integrative Unternehmenskultur fördern, in der sich alle zugehörig fühlen – ganz unabhängig von Alter, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, körperlicher und geistiger Fähigkeiten, Religion und Weltanschauung, sexueller Orientierung sowie sozialer Herkunft. In dieser Vielfalt sehen wir eine einmalige Quelle für Kreativität, Stärke, Konsument\*innennähe und Innovation. Zudem glauben wir, dass unser Engagement im Bereich DE&I uns Vorteile im Wettbewerb um globale Talente verschafft und unsere Vision stützt, der weltweit beste Arbeitgeber in der Hautpflegebranche zu werden.

Bereits im Jahr 2012 haben wir, um unsere DE&I-Ambition auch nach außen zu tragen und als Zeichen unserer Überzeugung, die „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet. Die Initiative will die Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Vielfalt in verschiedenen Dimensionen in der Arbeitswelt voranbringen. Um Diversity, Equity & Inclusion bei Beiersdorf insgesamt zu stärken, besteht zudem seit dem Jahr 2020 direkt unterhalb des Vorstands die Position des Global Director Diversity & Inclusion (D&I). Diese führt und koordiniert gemeinsam mit einem kleinen Team die konzernweiten DE&I-Initiativen. Um das Thema auch auf globaler, regionaler und lokaler Ebene zu verankern, unterstützt ein globales Netzwerk aus über 100 DE&I-Champions in unseren internationalen Tochtergesellschaften; sie tauschen sich regelmäßig zu den konzernweiten und lokalen DE&I-Initiativen aus. Darüber hinaus prüft und fördert der Diversity-Ausschuss des Aufsichtsrats regelmäßig verschiedene Initiativen. Um unsere DE&I-Aktivitäten und -Ansätze noch stärker auch für unsere Talente sichtbar zu machen, haben wir den Bereich „Strategic Recruiting & Talent Acquisition“, einschließlich unserer sogenannten „Early-Career“-Aktivitäten an Hochschulen und Karrieremessen, zum 1. Dezember 2023 mit dem Bereich DE&I vereint. Die Leitung übernimmt die bisherige Global Director DE&I, jetzt HR Vice President CoE DEI & TA.

Die Ergebnisse unserer DE&I-Aktivitäten halten wir in verschiedenen Leistungskennzahlen (Key Performance Indicators, KPIs) fest, die wir regelmäßig an den Vorstand sowie ausgewählte interne Stakeholder\*innen berichten. Sowohl unser „DE&I-KPI-Dashboard“, als auch unsere „DE&I-KPI-Berichte“ sollen Transparenz über unsere Veränderungen schaffen; Regionen als auch Funktionen können so auf Basis von Daten sowohl die Fortschritte als auch die Potenziale der DE&I-Arbeit, basierend auf unserer globalen DE&I-Strategie, analysieren. Ziel ist es, basierend auf diesen Daten und im engen Austausch mit globalen, regionalen und lokalen Stakeholder\*innen zu einer Verankerung der DE&I-Ambitionen und einer Stärkung der „DE&I-Governance“ beizutragen. Ergänzend hierzu wird auch das Executive Committee an der Entwicklung der KPIs gemessen.

### Unsere Global Diversity, Equity & Inclusion Roadmap

Zu Beginn des Geschäftsjahres 2023 richteten wir unsere im Jahr 2021 formulierte „Diversity & Inclusion Agenda“ neu aus. Mit dieser neuen, mehrere Diversity-Dimensionen umfassenden und globalen „DE&I Roadmap“ wollen wir Beiersdorf zukunftssicher machen und unsere klare Ambition festhalten: Wir wollen ein Top-Arbeitgeber für globale Talente werden, indem wir eine wahrhaft inklusive Unternehmenskultur etablieren. Ergänzt wird dieser Ansatz durch unsere Vision, eine Führungsbasis und Belegschaft zu schaffen, die die Vielfalt unserer Konsument\*innen widerspiegelt und dabei das Gleichgewicht der Geschlechter berücksichtigt. Aufbauend auf diesen Gedanken fokussieren wir uns mit der Roadmap auf drei strategische Prioritäten:

- Verankerung einer wahrhaft integrativen Wir-Kultur,
- Förderung der Vielfalt in Führungspositionen (Fokus: Geschlechterparität) und
- Gestaltung unserer Zukunft über den Geschlechter-Fokus hinaus (#beyondgender).

In jedem dieser drei Bereiche haben wir im Berichtsjahr verschiedene Maßnahmen umgesetzt und Erfolge erzielt, die wir im Folgenden kurz darstellen:

#### Verankerung einer wahrhaft integrativen Wir-Kultur

Um ein nachhaltiges Fundament an DE&I-Wissen innerhalb unserer Organisation aufzubauen und eine integrative Kultur des Respekts und der Zusammenarbeit zu fördern, führten wir im Jahr 2021 ein sogenanntes „Global DEI Knowledge Framework“ ein. Er umfasst neben verschiedenen Impuls-Sessions und Events seit dem Berichtsjahr auch das neue und ganzheitliche „DE&I Learning Curriculum“, das verschiedene Trainingsprogramme für Mitarbeitende und Führungskräfte bündelt. Das Trainingsprogramm „Global DE&I Essentials Journey“ soll über ein spezielles Train-the-Trainer-Konzept bis zum Jahr 2025 rund 3.000 globalen Führungskräften des mittleren Managements im Rahmen der größten Lerninitiative von Beiersdorf ein nachhaltiges Fundament an DE&I-Wissen vermitteln und die inklusive Führung von Teams stärken. Darüber hinaus umfasst das Curriculum E-Learning-Einheiten zum Thema unbewusste Vorurteile und das „DE&I Inclusive Language Training“ mit dem Titel „Choosing Our Words With Care“, das wir bereits im Jahr 2022 als Piloten eingeführt haben. Es hat zum Ziel, Mitarbeitende weltweit für eine feinfühligere, nuancierte Verwendung von Sprache zu sensibilisieren, um subtile Diskriminierungen zu vermeiden und die Perspektive bzw. Gefühle anderer zu achten und zu respektieren. Für den globalen Roll-out dieses Trainings schulten wir im Jahr 2023 über 40 % unserer rund 500 globalen HR-Mitarbeitenden. In den kommenden beiden Jahren wollen wir die Inhalte in Form von E-Learnings weltweit und weiterhin auch regelmäßig während unserer DE&I-Events anbieten. Darüber hinaus etablierten wir im Herbst 2023 am Standort Hamburg und in Zusammenarbeit mit dem Hamburger Modellprojekt INNOKLUSIO ein neues Upskilling-Format, mit dem die Inklusionskompetenz unserer Mitarbeitenden in Bezug auf Menschen mit Behinderungen gefördert werden soll. Diesen vierstündigen Trainings ging die „Global D&I Week“ voraus, in der wir im Rahmen eines internen Events den Blick auf Menschen mit Behinderungen richteten. ↴

Neben diesen Trainings- und Eventangeboten leisteten im Berichtsjahr unsere zahlreichen Mitarbeitenden-Communities und „Grassroots“-Initiativen einen wesentlichen Beitrag zur Verankerung einer wirklich inklusiven Wir-Kultur. Sie stellen sicher, dass die Stimmen unserer Mitarbeitenden gehört und ihre unterschiedlichen Bedürfnisse in der DE&I-Strategie berücksichtigt werden. Dazu steht das DE&I-Team mit den unterschiedlichen Communities im regelmäßigen Austausch. Zu ihnen zählen:

- „Be You“ - die LGBTQI+<sup>2</sup>-Community, die das Bewusstsein für LGBTQI+-Themen schärfen und ein noch integrativeres Umfeld schaffen möchte

<sup>2</sup> LGBTQI+ ist eine aus dem englischen Sprachraum kommende Abkürzung für Lesbian (lesbisch), Gay (schwul), Bisexual (bisexuell), Transgender (transgender), Intergender (intergender), Queer (queer) und mehr.

- #SisterhoodisPower – die Grassroots-Community, in der sich Frauen gegenseitig auf ihrem Karriereweg unterstützen möchten
- „LEAD NETWORK Community“ – Gruppe von Beiersdorfer\*innen, die dem europaweiten LEAD Network angehören und gemeinsam mit Mitarbeitenden anderer Unternehmen die Geschlechterparität in ganz Europa vorantreiben wollen
- „Neue Generation 50+“ – ein Netzwerk, das die Interessen der älteren Generation vertritt
- „WEnited“ – ein Zusammenschluss internationaler Kolleg\*innen, der den Austausch und Zusammenhalt internationaler Kolleg\*innen fördern will
- „dad.icated“ – eine Gemeinschaft von Vätern, werdenden Vätern und Verbündeten, die dazu ermutigt werden sollen, die eigenen Vorstellungen von einem Leben als Vater zu verwirklichen

Alle Netzwerke initiierten im Berichtsjahr vielfältige Event- und Trainingsangebote. Für die Inspiration, den Austausch und die gegenseitige Stärkung gingen sowohl die Mitarbeitenden-Communities als auch das übergreifende DE&I-Team diverse Partnerschaften ein:

Partnerschaften zur Förderung einer integrativen Wir-Kultur

Kooperationspartner	DE&I Dimension	Gemeinsames Ziel
BeyondGenderAgenda (BGA)	Holistisch	DE&I in der Arbeitswelt stärken
LEAD Network	Geschlechtergerechtigkeit	Gleichstellung der Geschlechter im Konsumgüter- und Einzelhandelssektor in Europa fördern
MyCollective	Geschlechtergerechtigkeit	Reibungslosen Wiedereinstieg nach der Elternzeit fördern
conpadres	Geschlechtergerechtigkeit	Vatersein in allen Belangen im Arbeitskontext berücksichtigen
WELCOMING OUT	LGBTIQ+	Mitgliedern der LGBTIQ+ Community die Angst vor dem Coming-out nehmen
PROUT AT WORK	LGBTIQ+	Chancengleichheit für LGBTIQ+ Menschen am Arbeitsplatz fördern
ChangeMaker50+	Alter	Altersbild in der Arbeitswelt verändern und Generation 50+ stärken
INNOKLUSIO	Menschen mit Behinderung	Inklusionskompetenz in Bezug auf Menschen mit Behinderung fördern
People of Deutschland	Ethnizität und Hautfarbe	Zusammenhalt der Menschen in Deutschland fördern und Bewusstsein für unbewusste Vorurteile, Diskriminierung und Rassismus schaffen

Einen besonderen Höhepunkt unserer Kooperationen erlebten wir am 21. November 2023, als wir als langjähriger Partner der Initiative „BeyondGenderAgenda (BGA) und Gastgeber den German Diversity Award 2023 auf unserem Beiersdorf Campus ausrichten durften. Es war uns eine Ehre, die „Diversity Driver“ Deutschlands zu begrüßen und die 14 besten Projekte und Personen mit dem deutschen Wirtschaftspreis für Diversity auszuzeichnen.

↳ Förderung der Vielfalt in Führungspositionen (Fokus: Geschlechterparität)

Am Internationalen Weltfrauentag 2021 gaben wir unsere „Beiersdorf Gender Parity Ambition“ bekannt. Sie hatte zum Ziel, die Vielfalt der Geschlechter in Führungspositionen zu fördern. Bis 2025 wollten wir im Consumer Bereich eine geschlechterparitätische Besetzung von Führungspositionen unterhalb des Vorstands (Managementgruppen 1 bis 4) im Verhältnis 50:50 weltweit erreichen. Dieses Ziel haben wir im Berichtsjahr, 18 Monate früher als geplant, erreicht. Bis zum 1. September 2023 stieg der Anteil von Frauen in Führungspositionen weltweit auf über 50 %. Doch damit ist unsere Arbeit nicht getan. Wir wollen unsere Bemühungen fortsetzen und auch in Zukunft dafür sorgen, dass ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis die Normalität bleibt. Wir wollen Chancengerechtigkeit sicherstellen, denn Talent ist gleichermaßen verteilt, Chancen sind es nicht.

Ergänzend zu unserer globalen „Gender Parity Ambition“ sind wir in Deutschland an die gesetzlichen Regelungen zur gleichberechtigten Teilhabe von Männern und Frauen an Führungspositionen

gebunden. Gemäß §76 Absatz 4 AktG hat der Vorstand für die Beiersdorf AG verbindliche Zielgrößen zur Erhöhung des Frauenanteils für die beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands festgelegt, die bis Ende 2026 zu erreichen sind. Gesetzlich verpflichtend ist zudem ein Mindestanteil von je mindestens 30 % Frauen und Männer im Aufsichtsrat sowie mindestens einer Frau im Vorstand; darüber hinaus hat der Aufsichtsrat für den Anteil an Frauen im Vorstand eine freiwillige Zielgröße von 30 % festgelegt. Diesen Zielgrößen standen zum 31. Dezember 2023 folgende Ist-Werte gegenüber:

- Vorstand: mindestens 30 % Frauenanteil (Stand 31. Dezember 2023: 42,9 %)
- 1. Führungsebene: bis 31. Dezember 2026 mindestens 35 % Frauenanteil (Stand 31. Dezember 2023: 39,3 %)
- 2. Führungsebene: bis 31. Dezember 2026 mindestens 50 % Frauenanteil (Stand 31. Dezember 2023: 41,9 %)
- Aufsichtsrat: mindestens 30 % Frauenanteil (Stand 31. Dezember 2023: 41,7 %) ↑

### Geschlechtsverteilung nach Region

Stand 31.12.2023

	Männeranteil Belegschaft gesamt (in %)	Frauenanteil Belegschaft gesamt (in %)	Mitarbeitende (gesamt)
Deutschland	49	51	4.199
Europa (exkl. Deutschland)	38	62	4.686
Nordamerika	31	69	680
Lateinamerika	46	54	2.699
Afrika/Asien/Australien	49	51	4.505
<b>Weltweit</b>	<b>45</b>	<b>55</b>	<b>16.769</b>

↓ Um ein ausgewogenes Verhältnis der Geschlechter zu erreichen und gleichzeitig die Chancengerechtigkeit für alle Geschlechter zu gewährleisten, setzen wir seit Jahren auf verschiedene Maßnahmen. Zum Weltfrauentag am 8. März boten wir unseren Mitarbeitenden unter dem Motto „#EmbraceEquity“ eine globale Online-Veranstaltung mit zahlreichen Sessions an. Die vielfältigen Angebote hatten zum Ziel, das Thema Geschlechtergerechtigkeit in den Fokus zu rücken und auf unbewusste Vorurteile aufmerksam zu machen. Schon im Vorfeld zum Weltfrauentag rief das DE&I-Team alle Kolleg\*innen dazu auf, ihr Engagement für mehr Gleichstellung zu zeigen und ein Foto von sich in der #EmbraceEquity-Pose im Intranet hochzuladen - um auf diese Weise die Wichtigkeit von Chancengerechtigkeit für alle Geschlechter hervorzuheben.

Viel Raum für Austausch bot zudem die siebte „Wo\*Men in Leadership Convention“, die am 21. November 2023 stattfand und sich an alle Mitarbeitenden weltweit richtete. Unter dem Motto „Change - Own - Lead - Grow - Inspire the narrative“ umfasste das Programm verschiedene Keynotes, „Changemaking“-Sessions und interaktive Masterclasses. Im Rahmen eines Speed-Dating-Formats war zudem der direkte Austausch mit unserem Executive Committee und verschiedenen Führungskräften aus der obersten Managementebene möglich. Ergänzt wurde das Event erstmals durch lokale Sessions in verschiedenen Regionen (z. B. Dubai, Eastern Europe, Brazil und North America), wodurch die Convention einen internationalen Fokus bekam. Die übergreifende Botschaft des Events: „Seid dabei, denn Veränderung beginnt mit Engagement. Nur gemeinsam können wir das Narrativ ändern.“ Vor Ort gab es rund 350 Teilnehmer\*innen, über den Livestream verfolgten mehr als 1.100 Kolleg\*innen das Event.

Zeitgleich zur diesjährigen „Wo\*Men in Leadership Convention“ startete die Mitarbeitenden-Community „#SisterhoodisPower“ ihr erstes globales Summit. 19 Kolleginnen aus neun verschiedenen Ländern waren dabei, um gemeinsam den Grundstein für den globalen Roll-out der Community zu legen. Ziel der Community ist es, die Stimmen aller Mitarbeiterinnen weltweit zu vereinen und die gegenseitige Unterstützung von Frauen im Jobkontext zu fördern.

Zusätzlich zu diesen verschiedenen Events, die auf den Abbau von Barrieren abzielten, förderten wir die Gleichstellung der Geschlechter durch flexible Arbeitsbedingungen (z. B. mobiles Arbeiten, Gleitzeit, Teilzeitangebote, Jobsharing und die Stärkung einer gesunden Work-Life-Balance), die eine gleichberechtigte Karriereentwicklung ermöglichen, sowie durch maßgeschneiderte Programme für weibliche Talente, um ihre Karriereentwicklung zu fördern. Mit dem „Female Talent Program“ setzten wir in Zusammenarbeit mit dem Londoner Unternehmen „Shape Talent“ im Berichtsjahr unser Entwicklungsprogramm für Frauen fort. Nachdem wir im Jahr 2022 mit dem Finance-Programm „Female Leadership in Finance“ begonnen und dieses im Jahr 2023 fortgesetzt haben, kam im Berichtsjahr das Programm „StrongHER“ für den Supply-Chain-Bereich neu hinzu. All diese Maßnahmen sollen die Gleichstellung der Geschlechter fördern und etwaige Barrieren aufbrechen. Frauen erhalten Impulse, um ihr Potenzial frei zu entfalten und das eigene Talent (besser) einbringen zu können. Allerdings braucht es auch die Beteiligung und aktive Veränderung im Agieren von Männern, um den Wandel voranzubringen.

Darüber hinaus boten wir in Kooperation mit dem Start-up MyCollective, wie schon im Vorjahr, zwei sogenannte „Parental Leavers“-Programme an. Eines richtet sich speziell an Führungskräfte, die in Elternzeit gehen, das andere steht allen Mitarbeitenden in Elternzeit offen. Beide Programme basieren auf einer Online-Plattform, die es Mitarbeitenden in Elternzeit ermöglicht, auf Wunsch während dieser mit Beiersdorf in Verbindung zu bleiben, ein Netzwerk aufzubauen und verschiedene Weiterbildungsangebote zu nutzen. Es geht darum, die richtigen Werkzeuge an die Hand zu geben, um die Rückkehr in den Job bestmöglich zu unterstützen. [↑](#)

### In Teilzeit arbeitende Mitarbeitende nach Regionen

(in %)

	2022	2023
Europa	12	11
Amerika	1	0
Afrika/Asien/Australien	1	1
	<b>7</b>	<b>7</b>

[↓](#) Um unterschiedliche Jobs auch mit einer verringerten Arbeitszeit wahrnehmen zu können, bieten wir ergänzend zur Teilzeitarbeit und anderen Angeboten der flexiblen Arbeitsgestaltung weiterhin das Jobsharing-Modell an, bei dem zwei Beschäftigte als Job-Tandem gemeinsam eine Rolle einnehmen. Bei uns ist das Jobsharing-Modell bereits seit mehreren Jahren gelebte Praxis – auch auf der obersten Führungsebene („Top Sharing“) oder über das „Joint Leadership“-Modell bis in die mittlere Führungsebene. Darüber hinaus unterstützen wir das Modell „Senior meets Junior“, bei dem sich Mitarbeitende zweier Generationen einen Job teilen bzw. voneinander lernen können und wahlweise Zeit für ein weiterführendes Studium oder den Übergang in die Altersteilzeit haben. Dieses Modell soll zeigen, dass Jobsharing längst kein Arbeitsmodell allein für rückkehrende Mütter ist – wir sehen darin vielmehr ein wichtiges Werkzeug für die strategische Personalarbeit und -entwicklung. Zum Berichtsjahresende arbeiteten bei uns in Deutschland insgesamt 38 Jobsharing-Tandems (Vorjahr: 42). 21 Tandems (Vorjahr: 22) haben – in Teil- oder Vollzeit – Personalverantwortung. Zwei Tandems arbeiteten zudem grenzüberschreitend – das heißt eine Kollegin hat ihren Arbeitssitz in Hamburg, die

andere in Wien (Österreich); bei dem anderen Tandem arbeitet ein Kollege in Hamburg und die Tandempartnerin von Birmingham (England) aus.

Ergänzend zu diesen Angeboten möchten wir das Thema Geschlechtergerechtigkeit auch über verschiedene Partnerschaften aktiv fördern. Seit dem Jahr 2022 sind wir daher ein enger Partner des LEAD Network (Leading Executives Advancing Diversity), das sich zur Aufgabe gemacht hat, Frauen für den Konsumgüter- und Einzelhandelssektor in Europa zu gewinnen, dort zu halten und zu fördern. Das LEAD Network ist ebenso wie Beiersdorf bestrebt, eine vielfältige Belegschaft zu schaffen, in der alle Geschlechter ihr volles Potenzial einbringen können und bei gleichen Talenten auch gleiche Chancen erhalten. Die LEAD Community innerhalb der Beiersdorf Belegschaft umfasst aktuell rund 200 Kolleg\*innen (Vorjahr: rund 240), unter ihnen auch CEO Vincent Warnery und unser Executive Committee sowie viele Führungskräfte und Mitarbeitende aller Geschlechter. Weitere Partnerschaften bestehen mit den Initiativen „MyCollective“ (über die „Parental Leavers“-Programme haben wir weiter oben bereits berichtet) und „conpadres“, die die Themen Elternzeit und Vaterschaft in den Fokus stellen. ↕

Unsere Zukunft über den Geschlechter-Fokus hinaus gestalten (#beyondgender)  
Da Vielfalt für uns mehr bedeutet als die reine Geschlechterparität, engagieren wir uns mit unserem DE&I-Management auch in vielen anderen Dimensionen der Diversität. Hierzu zählen insbesondere

- die kulturelle Vielfalt bzw. Internationalität,
- die Vielfalt der unterschiedlichen Geschlechtsidentitäten und sexuellen Orientierungen (LGBTIQ+),
- die Vielfalt der Generationen und
- die Integration von Menschen mit Behinderungen.

Die **kulturelle Vielfalt und Internationalität** unserer Belegschaft wird von uns bereits seit vielen Jahren aktiv gefördert. Damit verfolgen wir das Ziel, unsere vielfältigen Konsument\*innen auf der ganzen Welt durch unsere Belegschaft besser repräsentieren und verstehen zu können. Weltweit waren zum Berichtsjahresende Mitarbeitende aus 112 Nationen bei uns tätig (Vorjahr: 102). In der Konzernzentrale in Hamburg erhöhte sich der Anteil der internationalen Beschäftigten auf 23,4 % (Vorjahr: 21,7 %). 40 % unserer globalen Führungskräfte aus den ersten drei Managementebenen haben für mindestens drei Jahre im Ausland gelebt und gearbeitet (Vorjahr: 42 %).

Als deutliches Zeichen gegen Diskriminierung von verschiedenen Hauttypen und -farben setzte unsere Marke NIVEA im abgelaufenen Geschäftsjahr die Markenkampagne „Skin Out Loud“ um. Mit der aus fünf Folgen bestehenden Kampagne feierten wir auf Instagram, TikTok, YouTube und Spotify die (Haut-)Vielfalt und machten deutlich, dass jede Haut das Potenzial hat, gesund und schön zu sein - unabhängig von ethnischer Herkunft, Alter, Identität oder Geschlecht.

Selbstverständlich heißen wir in unserer Belegschaft Menschen jeglicher **Geschlechtsidentität und sexueller Orientierung** willkommen - denn sie sind eine Bereicherung unseres globalen Teams. Gemeinsam mit unserer LGBTIQ+-Community „Be You @Beiersdorf“ zeigen wir das gesamte Jahr über aktiv Flagge für Toleranz und Akzeptanz - so zum Beispiel auch im Berichtsjahr zum „Pride Month“, dem Christopher Street Day (CSD) in Hamburg sowie dem „Coming-Out Day“. Zum wiederholten Male waren wir beim CSD mit einem bunten Beiersdorf Truck dabei. Gemeinsam mit über 200 Kolleg\*innen auf und neben dem Truck setzten wir damit gezielt ein Zeichen gegen Trans\*feindlichkeit und zeigten öffentlich, dass in unserem Team jede\*r in der eigenen Einzigartigkeit willkommen ist. Ergänzend zu diesem Engagement setzten wir unsere Partnerschaft mit der gemeinnützigen Hamburger Initiative „WELCOMING OUT“ fort. Die Initiative möchte Mitgliedern der LGBTIQ+-Community Ängste vor einem Coming out nehmen und ruft gezielt heterosexuelle „cis-gender“ Menschen zum „Allyship“ und zur

Solidarität auf. In diesem Zusammenhang übernahmen wir im Oktober des Berichtsjahres das Hosting und Sponsoring des „[WEL-]COMING OUT DAY Event 2023“, zu dem unser Partner anlässlich des Coming-Out Days einlud. Auch die Marken NIVEA und Labello zeigten im Berichtsjahr erneut ihre Unterstützung des Pride-Engagements. Sie launchten eine NIVEA Dose im neuen Regenbogen-Design sowie die Labello „Pride Kiss Edition“ und stehen somit klar als Ally für die LGBTQ+-Community ein.

Von großer Bedeutung ist für uns auch die gute Zusammenarbeit unterschiedlicher **Generationen**. Dabei geht es zum einen darum, voneinander zu lernen und unterschiedliche Stärken zu vereinen, andererseits haben wir in diesem Zusammenhang auch die jeweiligen Fähigkeiten und Bedürfnisse aller Mitarbeitenden im Blick, auch speziell der älteren. Der Anteil an Beschäftigten über 50 Jahre lag im Unternehmensbereich Consumer in Deutschland zum Geschäftsjahresende bei 30 % (Vorjahr: 32 %). Demgegenüber sind 15 % der Mitarbeitenden jünger als 30 Jahre (Vorjahr: 15 %). Der Altersdurchschnitt der Beschäftigten in Deutschland lag zum 31. Dezember 2023 bei 42 Jahren (Vorjahr: 42 Jahre). Um die Mitarbeitenden 50+ zu unterstützen, gibt es interne Weiterbildungsangebote, die auf die Bedarfe der Zielgruppe zugeschnitten sind. Hierzu gehört beispielsweise eine Lernoffensive, die speziell auf digitale Themen fokussiert und die mit Unterstützung der Beiersdorf Tochtergesellschaft Beiersdorf Shared Services GmbH angeboten wird. Weiterhin setzt sich das Mitarbeitenden-Netzwerk „Neue Generation 50+“ aktiv für die Belange der Mitarbeitenden 50+ ein. Bei der Online-Tagung des Meta-Netzwerks „ChangeMaker50+“ agierte Beiersdorf Ende Oktober 2023 zudem erneut als Sponsor der Veranstaltung. Das Event stand unter dem Motto „vernetzt handeln!“ und hielt neben inspirierenden Keynotes und Impulsvorträgen auch interaktive Workshops zur Generationenvielfalt in der Lebens- und Arbeitswelt bereit, die unter anderem von engagierten Kolleg\*innen gestaltet wurden.

#### Altersstruktur im Unternehmensbereich Consumer Deutschland

(in %)

	2022	2023
≥ 60 Jahre	8	7
50 - 59 Jahre	24	23
40 - 49 Jahre	23	24
30 - 39 Jahre	30	31
20 - 29 Jahre	14	15
≤ 19 Jahre	1	1

Einen besonderen Fokus legten wir im Berichtsjahr auf die **Inklusion von Menschen mit Behinderungen**. Bereits seit 2021 unterstützen wir die bundesweite Initiative „INNOKLUSIO“, die zum Ziel hat, die Inklusionskompetenz auf verschiedenen Ebenen zu fördern, um mehr Menschen mit Behinderungen in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Dabei soll durch gezielte Bewusstseinsbildung die Voreingenommenheit und Ausgrenzung von Menschen mit Behinderungen abgebaut und ein tiefgreifender Kulturwandel bewirkt werden. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit setzten wir mit unserer „Global DE&I Week 2023“ im Mai den Fokus auf Menschen mit Behinderungen. Eine Woche lang konnten sich die Mitarbeitenden am Standort Hamburg zu verschiedenen Schwerpunktthemen informieren und die von INNOKLUSIO initiierte Ausstellung erleben. Diese „Blackbox“-Ausstellung ermöglichte den Teilnehmer\*innen einen Perspektivwechsel und sensibilisierte für einen teilhabegerechten Umgang mit Menschen mit Behinderungen. Darüber hinaus boten wir für unsere Kolleg\*innen weltweit verschiedene Online-Aktivitäten an. Um weiteres Wissen aufzubauen, etablierten wir im Herbst 2023 am Standort Hamburg ein neues Upskilling-Format, das auf den Aufbau der eigenen Inklusionskompetenz in Bezug auf Menschen mit Behinderung ausgerichtet ist. Die ebenfalls in Kooperation mit INNOKLUSIO angebotenen Sessions zielten darauf ab, Ängste, Vorbehalte und Unsicherheiten gegenüber Menschen mit Behinderungen abzubauen.

## tesa

Als internationaler Hersteller innovativer Klebebänder und selbstklebender Produktlösungen positioniert sich tesa als attraktiver und nachhaltiger Arbeitgeber. Es ist für das Unternehmen von erheblicher Bedeutung, hochqualifizierte Mitarbeitende zu rekrutieren, zu entwickeln und langfristig an sich zu binden, um so eine wichtige Voraussetzung für eine anhaltend positive Unternehmensentwicklung zu schaffen.

### Personalentwicklung

Auch im Jahr 2023 hat tesa in die Qualifizierung seiner Mitarbeitenden investiert und weitere attraktive Entwicklungsmöglichkeiten geschaffen.

Im Berichtsjahr wurde das Entwicklungsangebot um weitere Online- und Präsenz- Lernangebote für Mitarbeitende sowie Führungskräfte erweitert. Speziell für High Potentials hat tesa unter anderem Development Center aufgesetzt und diese durch individualisierte Entwicklungsmaßnahmen weiter gefördert.

### Führungskultur

Die Fähigkeit von Führungskräften, den Mitarbeitenden unter anderem ein motivierendes Arbeitsumfeld zu bieten und die Entfaltung ihrer Talente zu fördern, ist entscheidend für den Geschäftserfolg von tesa und seine Attraktivität als Arbeitgeber. Im ersten Quartal 2023 hat tesa begonnen, ein neues Management Excellence-Programm in Kooperation mit der European School of Management and Technology Berlin (ESMT Berlin) zu starten. Das Programm zielt darauf ab, Manager\*innen in Themen wie etwa Strategieentwicklung, Nachhaltigkeit, Innovation oder Transformation wesentliche Führungsfähigkeiten zu vermitteln. Das circa sechs Monate dauernde Programm mit diversen Remote- und zwei Präsenzmodulen wurde im Berichtsjahr bereits für zwei Kohorten mit je 25 Führungskräften durchgeführt.

Ein weiteres Schwerpunktthema der HR-Arbeit ist die Förderung der tesa Talente. Im Rahmen des „Competencies Review“ bekommen Talente die Chance, an berufsrelevanten Übungen - vergleichbar mit denen eines Assessment Centers - teilzunehmen. Anschließend erhalten die Teilnehmer\*innen ein qualifiziertes Feedback zu ihren Stärken und Entwicklungsfeldern anhand der tesa Values. Wesentliche Bestandteile sind unter anderem kontinuierliches Peer Feedback, eine Selbstpräsentation sowie ein Learning Path, der sich auf die zehn Monate nach dem „Competencies Review“ erstreckt. Während dieser Zeit werden die Teilnehmer\*innen intensiv von ihren Führungskräften und HR begleitet.

### Wissensvermittlung

Im Berichtsjahr wurden die Qualifizierung und die Weiterentwicklung der Führungskräfte und Mitarbeitenden wieder sowohl in Präsenz als auch remote durchgeführt.

Zusätzlich zu Präsenzformaten und E-Learnings wurde die Nutzung der digitalen externen Plattform „LinkedIn Learning“ weiter auf tesa spezifische Bedarfe individualisiert und es wurden entsprechend bedarfsgerechte, unternehmensspezifische Lernpfade entwickelt.

Im Bereich der E-Learning-Formate sind bereits Themenfelder wie Compliance, Arbeitssicherheit, Nachhaltigkeit, Produkt- und Technologieentwicklung, Sales sowie Supply Network enthalten. Über einen digitalen tesa Learning Hub sind diese den Mitarbeitenden als Weiterbildungsangebote jederzeit zugänglich.

Im Jahr 2023 wurde zudem eine neue Führungskräfte Trainingsreihe weiter an hybride Arbeitsformen angepasst. Die Trainingsreihe teilt sich auf in ein „basics“-Trainingsprogramm und ein „advanced“-Trainingsprogramm. Im „basics“-Teil werden in internationalen Trainingsgruppen Grundlagen der Führungskompetenz und der Umgang mit Führungsaufgaben vermittelt. Im „advanced“-Teil werden

bereits erfahrene Führungskräfte in den Bereichen Teamentwicklung, Change Management oder Coaching geschult und weiterentwickelt. Die inhaltlichen Schwerpunkte der Führungskräfte trainingsreihe orientieren sich dabei an den Herausforderungen der aktuellen tesa Strategie.

Das weltweite Mitarbeitendengespräch „tesa Performance Appraisal“ wird in der gesamten tesa Organisation durchgeführt. In den Gesprächen zwischen Mitarbeitenden und Führungskraft gilt es, Feedback zu Arbeitsergebnissen und Arbeitsverhalten zu besprechen und durch die Führungskraft Orientierung für das folgende Jahr zu erhalten. Neben den Führungskräften sind auch alle Mitarbeitenden aufgerufen, sich mit dem Gesprächsbogen auf das Gespräch vorzubereiten. Durch diesen neuen Prozess stärkt tesa die Eigenverantwortung der Mitarbeitenden, aber auch die Eigeninitiative sowie das Bewusstsein für die erbrachten Leistungen. Zusätzlich sollen Mitarbeitende und Führungskräfte von einer stärkeren Feedback- und Dialogkultur bei tesa profitieren.

### Attraktives Arbeitsumfeld

Im Berichtsjahr verfolgte tesa weitere Initiativen für ein attraktives Arbeitsumfeld, denn eine ansprechende Umgebung kann zum Wohlbefinden der Beschäftigten beitragen.

#### **BGM - Betriebliches Gesundheitsmanagement**

tesa stattet seine Arbeitsplätze ergonomisch und zeitgemäß aus, beispielsweise mit höhenverstellbaren Schreibtischen und modernen Beleuchtungs- und Belüftungskonzepten. Daneben wird Mitarbeitenden in der Norderstedter Unternehmenszentrale unter der Dachmarke „It's for you!“ ein umfassendes Gesundheitsmanagement angeboten. Das Gesundheitsmanagement umfasst Angebote wie Ergonomieberatung, Darmkrebsvorsorge, ein Fitnessstudio und Massagen. Auch eine betriebsärztliche Betreuung sowie interne und externe psychosoziale Beratung und Betreuung gehören zum Gesundheitsmanagement.

#### **tesa Young Connection**

Innerhalb der tesa Young Connection finden sich neue Mitarbeitende bei tesa zu einer Community zusammen. So fanden im Berichtsjahr sowohl Präsenz- als auch Remote-Veranstaltungen zu unterschiedlichen fachlichen und Team Building-Themen statt. Networking steht in dieser Community im Vordergrund, um den Zusammenhalt zu stärken und Nachwuchskräfte zu binden.

#### **New Work**

tesa hat weiter in IT- und Kommunikationstechnologie für hybrides Arbeiten investiert sowie Kreativ- und Sozialräume in die Arbeitsweise integriert. Sie laden zu Meetings und kreativem Zusammenarbeiten am Standort ein. Ebenso wurden erste Shared Desk-Konzepte in ausgewählten Abteilungen umgesetzt, um eine noch größere individuelle Freiheit in der Wahl des Arbeitsorts zu ermöglichen und somit der Arbeit in Matrix-Strukturen gerecht zu werden.

#### **Weitere Benefits**

Darüber hinaus können Beschäftigte in der Unternehmenszentrale in Norderstedt unter anderem einen Reinigungsservice wahrnehmen, regelmäßig Marktstände zur Versorgung mit regionalem Obst und Gemüse besuchen sowie verschiedene Mobilitätskonzepte nutzen. Zum Beispiel haben sie die Möglichkeit, E-Autos und E-Bikes an einer Ladestation mit Strom zu versorgen und Leihfahrräder der Hamburger Initiative „Stadtrad“ an einer Station auf dem Gelände zu parken. Außerdem können die Beschäftigten Fahrräder über ein bezuschusstes Programm leasen.

## Nachhaltigkeit<sup>1</sup>

Nachhaltigkeit ist fest in unserer Unternehmensstrategie verankert und ein zentrales Element unserer Entscheidungs- und Geschäftsprozesse. Nachhaltiges Handeln bedeutet für uns, ressourcenschonend zu agieren, unseren ökologischen Fußabdruck stetig zu reduzieren, Menschenrechte entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu achten und zu stärken und einen positiven Beitrag zu einer inklusiven Gesellschaft zu leisten. Auch im Jahr 2023 haben wir solide Fortschritte erzielt und die Transformation unseres Unternehmens vorangetrieben, die wir in der folgenden Nicht-finanziellen Erklärung (NFE) ausführen.

Darüber hinaus stehen unter [www.beiersdorf.de/nachhaltigkeit](http://www.beiersdorf.de/nachhaltigkeit) bzw. [www.tesa.com/de-de/ueber-uns/sustainability](http://www.tesa.com/de-de/ueber-uns/sustainability) weitere Inhalte zum Thema Nachhaltigkeit zur Verfügung.

---

<sup>1</sup> Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

# Nichtfinanzielle Erklärung

## Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung des Beiersdorf Konzerns und der Beiersdorf AG

Beiersdorf berichtet gemäß CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) innerhalb des Geschäftsberichts über wesentliche nichtfinanzielle Aspekte der Geschäftstätigkeit. Dies sind Umwelt-, Arbeitnehmer\*innen- und Sozialbelange sowie Aspekte hinsichtlich der Achtung der Menschenrechte und der Korruptionsbekämpfung. Die folgenden Kapitel bilden die zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung (NFE) des Beiersdorf Konzerns (Unternehmensbereiche Consumer und tesa) und der Beiersdorf AG gemäß § 315b HGB bzw. § 289b HGB.

Zusätzlich zur NFE veröffentlicht der Unternehmensbereich tesa einen separaten Nachhaltigkeitsbericht, der weiterführende Informationen zu Nachhaltigkeitsaktivitäten und -projekten im Berichtsjahr darstellt.

### Anwendung internationaler Standards und Rahmenwerke

Aufgrund der unterschiedlichen Wesentlichkeitsanforderungen der „Global Reporting Initiative“ (GRI) bzw. des „United Nations Global Compact“ (UNGC) und des CSR-RUG wurden für die Erstellung der Nichtfinanziellen Erklärung des Beiersdorf Konzerns und der Beiersdorf AG keine internationalen Rahmenwerke gemäß § 315c Abs. 3 HGB i. V. m. § 289d HGB verwendet. Der Unternehmensbereich Consumer orientiert sich jedoch an den Standards der GRI und veröffentlicht einen separaten GRI-Index.

Beide Unternehmensbereiche sind Mitglieder des UNGC und informieren im Rahmen der Fortschrittsberichterstattung („Communication on Progress“ – COP) jährlich zu den im Berichtszeitraum erzielten Erfolgen und ergriffenen Maßnahmen, um die zehn Prinzipien des UNGC in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung umzusetzen. 2023 hat der UNGC eine neue digitale Plattform für die Einreichung des COPs eingeführt, welche allerdings aufgrund technischer Probleme pausiert werden musste. Die Einreichung des COPs war im Berichtsjahr somit freiwillig und wird im Jahr 2024 von Beiersdorf fortgeführt.

### Die wesentlichen nichtfinanziellen Themen der Unternehmensbereiche

Beide Unternehmensbereiche führen Materialitätsanalysen durch, um Nachhaltigkeitsthemen strategisch zu identifizieren und zu überprüfen. Im Unternehmensbereich Consumer fand zuletzt im Jahr 2021 eine solche Analyse statt. Die folgenden Themen wurden dabei als wesentlich identifiziert: Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft, nachhaltige Landnutzung und Biodiversität, nachhaltiger Umgang mit Wasser, Diversität und Inklusion, Aus- und Weiterbildung, Arbeitgeberattraktivität, Arbeitssicherheit und Gesundheit, Achtung der Menschenrechte, gesellschaftliches Engagement, Compliance und Geschäftsethik sowie Produktsicherheit.

Der Unternehmensbereich tesa hat seine Materialitätsmatrix mit Mitgliedern relevanter Fachbereiche im Jahr 2020 aktualisiert. Die wesentlichen nichtfinanziellen Themen sind: Klima und Energie, Produktnachhaltigkeit, Ressourceneffizienz, Wasser, Personalentwicklung, Diversität und Chancengleichheit, Arbeitssicherheit und Gesundheit, Menschenrechte, Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten und Produktsicherheit. Eine Übersicht aller wesentlichen nichtfinanziellen Themen der Unternehmensbereiche Consumer und tesa sowie Kapitel- und Seitenangaben finden Sie in unserem Index zur Nichtfinanziellen Erklärung.

Im Berichtsjahr wurden keine Veränderungen an den Wesentlichkeitsanalysen der Unternehmensbereiche Consumer und tesa vorgenommen, womit die o.g. Themen weiterhin wesentlich sind. Im Jahr 2024 sollen die Materialitätsanalysen auf Konzernebene zusammengeführt und neu aufgesetzt werden, um die zukünftigen Berichtsanforderungen gemäß Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) der EU zu erfüllen.

## Erklärungsumfang

Die Angaben zu den wesentlichen nichtfinanziellen Themen erfolgen überwiegend gesondert für die Unternehmensbereiche tesa und Consumer. Grundsätzlich werden alle Informationen gemeinsam für den Beiersdorf Konzern und die Beiersdorf AG berichtet. Kennzahlen, die für die Beiersdorf AG separat erhoben werden, sind in der Tabelle „Relevante Kennzahlen zur Nichtfinanziellen Erklärung der Beiersdorf AG“ aufgeführt.

Das Geschäft von Chantecaille wird in einer eigenständigen Geschäftseinheit geführt und ist aufgrund des vergleichsweise geringen Absatzvolumens nicht in den berichteten Kennzahlen erfasst. Ebenso ist die 2022 akquirierte Mehrheitsbeteiligung S-Biomedic aus Wesentlichkeitsgründen nicht in den Kennzahlen berücksichtigt.<sup>1</sup> Aufgrund der eingeschränkten Datenverfügbarkeit in Hinblick auf nichtfinanzielle Themen ist auch unsere Beteiligung NIVEA-KAO in Japan nicht in dieser Erklärung enthalten. Eine Ausnahme bilden die CO<sub>2</sub>e-Emissions-Kennzahlen, in deren Berechnung auch NIVEA-KAO einfließt.<sup>2</sup>

Seit dem Geschäftsjahr 2021 berichten wir außerdem gemäß Artikel 8 der EU-Taxonomie-Verordnung innerhalb der NFE über Umsatzerlöse, Investitionsausgaben und operative Ausgaben, die mit ökologisch nachhaltigen Aktivitäten verbunden sind. Die Berichterstattung zur EU-Taxonomie erfolgt gemeinsam für die Unternehmensbereiche Consumer und tesa.

Die Nichtfinanzielle Erklärung wurde durch die EY GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit auf Basis des „International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised)“ unterzogen.

Um Redundanzen zu vermeiden, wird mitunter auf Stellen im zusammengefassten Lagebericht verwiesen, die nichtfinanzielle Angaben enthalten. Dies betrifft die Bereiche „Geschäft und Strategie“ und „Menschen bei Beiersdorf“, deren Inhalte teilweise auch Bestandteil der Nichtfinanziellen Erklärung sind. Die entsprechenden Abschnitte werden im zusammengefassten Lagebericht mit ↴ ↵ gekennzeichnet.

<sup>1</sup> Mit Ausnahme der Compliance- und Arbeitnehmer\*innen-KPIs.

<sup>2</sup> Die für NIVEA-KAO erhobenen CO<sub>2</sub>e-Emissions-Kennzahlen umfassen die Scopes 1 und 2 sowie folgende Scope-3-Bereiche: Verpackung und Rohmaterialien sowie die Fertigwarenherstellung, je aus der Kategorie „Eingekaufte Güter und Dienstleistungen“ und „Vorgelagerte Transporte“.

## NFE-Index

<b>Strategie</b>				
<b>Beschreibung des Geschäftsmodells</b>				
<b>Wesentliche Risiken</b>				
<b>NFE-Aspekt</b>	<b>Wesentliche Themen Consumer</b>		<b>Wesentliche Themen tesa</b>	
<b>Umweltbelange</b>	Klimaschutz	S. 90	Klima und Energie	S. 90
	Kreislaufwirtschaft	S. 99	Produktnachhaltigkeit	S. 102
	Nachhaltige Landnutzung	S. 104	Ressourceneffizienz	S. 108
	Wasser	S. 109	Wasser	S. 109
<b>Arbeitnehmer*innenbelange</b>	Aus- und Weiterbildung	S. 112	Personalentwicklung	S. 113
	Diversität und Inklusion	S. 112	Diversität und Chancengleichheit	S.114
	Arbeitgeberattraktivität	S. 112		
	Arbeitssicherheit und Gesundheit	S. 114	Arbeitssicherheit und Gesundheit	S. 114
<b>Sozialbelange</b>	Gesellschaftliches Engagement	S. 117		
<b>Menschenrechte</b>	Achtung der Menschenrechte	S. 121	Achtung der Menschenrechte	S. 121
<b>Compliance</b>	Compliance und Geschäftsethik	S. 124	Vermeidung von wettbewerbswidrigem Verhalten	S. 124
<b>Weitere Belange</b>	Produktsicherheit	S. 128	Produktsicherheit	S. 128
<b>Berichterstattung zur EU-Taxonomie</b>				

## Strategie

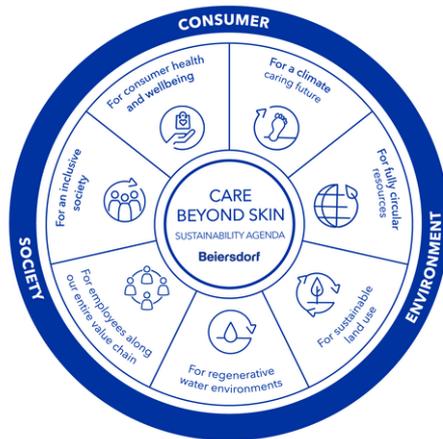
Nachhaltigkeit ist ein elementarer Bestandteil unserer Unternehmenskultur und hat in den Entscheidungs- und Geschäftsprozessen bei Beiersdorf einen hohen Stellenwert. Wir bemühen uns, Umweltschutz, soziale Verantwortung und wirtschaftlichen Erfolg in Einklang zu bringen, und entwickeln unser Engagement in diesen Bereichen stetig weiter.

Unsere konzernweite Nachhaltigkeitsfunktion Corporate Sustainability ist für die strategische Ausgestaltung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten zuständig und informiert die Geschäftsleitung regelmäßig über Fortschritte und Handlungsbedarf. Die Funktion berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden der Beiersdorf AG, der das Thema Nachhaltigkeit verantwortet.

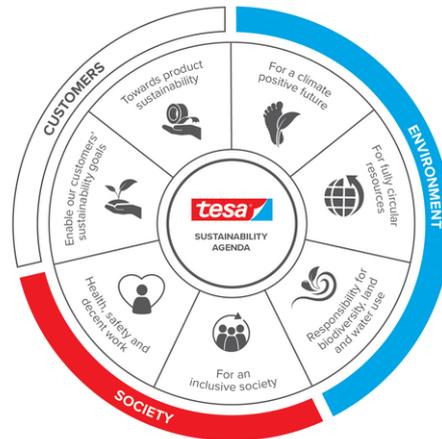
Um die Behandlung von wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen wie dem Klimaschutz zu beaufsichtigen, verfügen wir über zwei funktionsübergreifende Steuerungsgremien: den Sustainability Council für den Unternehmensbereich Consumer und das Global Executive Committee für tesa. Im Sustainability Council sind die Leiter\*innen aller relevanten Fachbereiche vertreten, denen jeweils die Vorstandsmitglieder vorstehen. Das Gremium tritt mindestens vierteljährlich zusammen. Das Global Executive Committee bei tesa besteht aus den Vorstandsmitgliedern und weiteren Führungskräften. Das Komitee tagt alle zwei Wochen und bespricht in diesem Rahmen auch nachhaltigkeitsbezogene Themen. Daneben berichtet der Chief Sustainability Officer direkt an den Vorstandsvorsitzenden von tesa.

Zudem stehen wir in einem regelmäßigen Dialog mit unseren externen Stakeholder\*innen. Durch diesen Austausch überprüfen wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten kontinuierlich und beziehen so aktuelle gesellschaftliche und ökologische Entwicklungen mit in unsere Planungen ein.

Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN  
(Unternehmensbereich Consumer)



Nachhaltigkeitsagenda  
(Unternehmensbereich tesa)



**Consumer**

Das Thema Nachhaltigkeit ist zentral für unser Selbstverständnis. Deshalb haben wir es in der 2019 definierten Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ als wichtigen Eckpfeiler für unser unternehmerisches Handeln implementiert.

Integraler Bestandteil von C.A.R.E.+ ist seit 2020 unsere Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN. Sie umfasst sieben Fokusfelder, die den Einfluss unserer Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette abbilden: von den Auswirkungen unserer Produkte und Prozesse auf das Klima, der Kreislauffähigkeit der eingesetzten Ressourcen und deren Einfluss auf die Land- und Wassernutzung über die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden und Verbraucher\*innen bis hin zu unserem Engagement für eine inklusive Gesellschaft. In allen Bereichen haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt, die wir bis 2025 bzw. 2030 erreichen wollen.

Die zehn Prinzipien des „United Nations Global Compact“ (UNGC) und die „Sustainable Development Goals“ (SDGs) bilden die Grundlage unseres Engagements. Mit der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsagenda zahlen wir auf 13 der insgesamt 17 SDGs ein.

Im Berichtsjahr haben wir unsere Ambitionen insbesondere im Bereich Klimaschutz erhöht. Wir streben an, bis 2045 alle unsere direkten und indirekten Treibhausgasemissionen (Scope 1, 2 und 3) um 90 % zu reduzieren (gegenüber dem Basisjahr 2018). Damit wollen wir bis zum Zieljahr gemäß dem „Net-Zero-Standard“ der Science Based Target initiative (SBTi) Netto Null Emissionen erreichen. Die SBTi hat Anfang 2024 bestätigt, dass dieses Ziel ihrer Auffassung nach im Einklang mit den Zielen des Pariser Klimaschutzabkommens steht.

Im Jahr 2023 haben wir außerdem den ersten globalen Freiwillingentag bei Beiersdorf umgesetzt. Alle Mitarbeitenden haben weltweit die Möglichkeit erhalten, sich an einem Arbeitstag für verschiedene Projekte lokaler Non-Profit-Organisationen zu engagieren. Mehr als 10.000 Mitarbeitende in 68 Ländern haben sich im Rahmen des „CARE BEYOND SKIN Day“ für soziale und ökologische Themen im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsagenda eingesetzt und wurden dadurch weiter für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisiert.

## tesa

Bei tesa ist Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie verankert. Unsere Ambition lautet: Wir wollen all unser technologisches Know-how und unsere Leidenschaft dafür einsetzen, nachhaltigere Klebelösungen und Produkte zu entwickeln.

Den Rahmen bilden fünf strategische Handlungsfelder, für die tesa langfristige Ziele bis 2030 definiert hat. Die Felder decken die gesamte Wertschöpfungskette des Unternehmensbereichs ab und lauten: Verringerung der Emissionen, verantwortungsvolle Beschaffung, Verwendung von recycelten und biobasierten Materialien, Kreislaufwirtschaft und Abfallvermeidung sowie Kund\*innen bei ihren Nachhaltigkeitszielen unterstützen.

Ein Baustein der Strategie ist weiterhin die Nachhaltigkeitsagenda, die sich an den zehn Prinzipien des UNGC und den SDGs der Vereinten Nationen orientiert. Sie reflektiert unseren Anspruch, Nachhaltigkeit ganzheitlich zu verstehen, und beinhaltet somit auch Themen, die über die strategischen Handlungsfelder hinausgehen – zum Beispiel Arbeitssicherheit.

## Beschreibung des Geschäftsmodells

Beiersdorf ist eines der weltweit führenden Unternehmen der Konsumgüterindustrie. Seit der Gründung im Jahr 1882 konnte es sich mit starken Marken etablieren und beschäftigt inzwischen über 20.000 Mitarbeitende. Das Geschäft von Beiersdorf gliedert sich in zwei Unternehmensbereiche: Im Unternehmensbereich Consumer liegt unser Schwerpunkt auf Hautpflegeprodukten und im Unternehmensbereich tesa konzentrieren wir uns auf die Entwicklung hochqualitativer selbstklebender System- und Produktlösungen. Eine detaillierte Beschreibung unseres Geschäftsmodells findet sich im zusammengefassten Lagebericht im Kapitel „Geschäft und Strategie“.

## Wesentliche Risiken

Als global agierendes Unternehmen sind wir uns unserer Vorbildfunktion und unserer Verpflichtung bewusst, verantwortungsvoll gegenüber der Umwelt, einzelnen Menschen und der gesamten Gesellschaft zu handeln. Verletzen wir unsere Sorgfaltspflichten, kann dies zu nichtfinanziellen Risiken führen. Dazu zählen sowohl Risiken, die von unserer eigenen Geschäftstätigkeit ausgehen (Inside-out-Risiken), zum Beispiel negative Auswirkungen auf die Umwelt oder Menschen, als auch Ereignisse und Entwicklungen, die sich negativ auf unseren Geschäftserfolg auswirken (Outside-in-Risiken).

Im Rahmen unseres konzernweiten integrierten Managementsystems evaluieren wir daher regelmäßig, welche nichtfinanziellen Risiken für Beiersdorf relevant sind und wo Steuerungsbedarf besteht. Als wesentlich gelten Risiken, die gemessen an festgelegten Schwellenwerten sehr wahrscheinlich eintreten und von denen schwerwiegende negative Auswirkungen auf wesentliche nichtfinanzielle Themen zu erwarten sind. Im Berichtsjahr hat Beiersdorf konzernweit ein neues Risikomanagement-Tool eingeführt, das eine detailliertere Bewertung nichtfinanzieller Risiken als bislang ermöglicht. Dadurch wollen wir den Stellenwert der als wesentlich identifizierten Themen intern betonen. Gleichzeitig möchten wir den zunehmend anspruchsvolleren Anforderungen hinsichtlich der Steuerung und Berichterstattung von Nachhaltigkeitsrisiken gerecht werden. 2023 wurde erneut das Risiko von nicht fachgerecht entsorgten Plastikverpackungen als wesentlich im Sinne des CSR-RUG eingeschätzt. Der Einsatz von Plastikverpackungen kann bei nicht fachgerechter Entsorgung oder im Falle einer unzureichenden Entsorgungsinfrastruktur im Absatzland zur Umweltbelastung führen. Wir begegnen diesem Risiko durch unsere Kreislaufstrategie, die eine Reduktion fossilen Plastiks beinhaltet (s. Kapitel „Kreislaufwirtschaft“).

## Umweltbelange

Als produzierendes Konsumgüterunternehmen sind wir uns der Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten auf die Umwelt bewusst. Deswegen arbeiten wir kontinuierlich daran, die ökologischen Folgen unserer Prozesse und Produkte so gering wie möglich zu halten. Dabei achten wir insbesondere auf die Bereiche Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft, nachhaltige Landnutzung und Wasser.

### Klimaschutz

Wir sehen den Klimawandel als eine der größten Herausforderungen unserer Zeit an. Risiken und Chancen, die sich aus dem Klimawandel ergeben, beeinflussen daher unsere Geschäftsstrategie und unser unternehmerisches Handeln.

Über das integrierte Risikomanagement erfassen und steuern wir die mit dem Klimawandel verbundenen Risiken - beispielsweise Auswirkungen auf Rohstoffpreise und Materialverfügbarkeiten oder die Einführung neuer fiskalischer Instrumente - ebenso wie die entsprechenden Maßnahmen zur Risikominimierung. 2023 wurde das Thema „Auswirkungen des Klimawandels auf die Lieferkette“ erstmals als strategisches Risiko im konzernweiten Risikomanagementsystem aufgenommen. Dieses Risiko wurde vom Risk Board bestätigt und entsprechende Maßnahmen festgelegt.

Im Berichtsjahr aktualisierte der Unternehmensbereich Consumer außerdem seine Analyse der klimabedingten physischen und transitorischen Risiken sowie Chancen. Grundlage dafür waren die Empfehlungen der „Task Force on Climate-Related Financial Disclosures“ (TCFD) auf Basis des „Net Zero Emissions by 2050 Scenario“ (NZE) der International Energy Agency (IEA). Damit haben wir den Umfang der Analyse - unter anderem um die Betrachtung von potenziellen Risiken weiterer Standorte - erweitert. Eine Zusammenfassung der TCFD-relevanten Informationen ist in einem separaten Dokument auf unserer Internetseite abrufbar. Eine detaillierte Beschreibung unseres Risikomanagements findet sich im zusammengefassten Lagebericht im Kapitel „Risikobericht“.

Der Klimaschutz ist ein zentrales Handlungsfeld in den Nachhaltigkeitsstrategien der Unternehmensbereiche Consumer und tesa. Die CO<sub>2</sub>e-Reduktionsziele sind fest in den Vorstandszielen verankert. Die erforderlichen Aktivitäten zur Erreichung unserer Klimaambitionen werden auch in der Finanz- und Investitionsplanung berücksichtigt. Sowohl der Sustainability Council im Unternehmensbereich Consumer als auch das Global Executive Committee bei tesa sind dafür verantwortlich, klimabezogene Entscheidungen zu überwachen. Schwerpunkte sind hierbei, die Strategien weiterzuentwickeln, die Fortschritte bei der Erreichung der Klimaziele zu überprüfen und die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen voranzutreiben. Auch das Executive Committee bei Beiersdorf befasst sich regelmäßig mit den Plänen und Fortschritten der Klimastrategie.

Für den Unternehmensbereich Consumer hat der Sustainability Council 2022 Ziele verabschiedet, die auf einzelne Produktkategorien ausgerichtet sind. Dementsprechend leitete der Sustainability Council im Berichtsjahr weitere Maßnahmen ein, um sicherzustellen, dass der Unternehmensbereich seine Ziele erreicht.

### Unsere Klimaziele

Beiersdorf hat sich bereits 2020 zu ambitionierten Klimazielen verpflichtet, die für beide Unternehmensbereiche, Consumer und tesa, gelten: Bis 2025 wollen wir eine absolute Reduktion der energiebezogenen Scope-1- und Scope-2-Emissionen<sup>1</sup> um 30 % (im Vergleich zu 2018) erreichen.

<sup>1</sup> Zu Scope 1 gehören alle Emissionen, die wir selbst durch die Verbrennung von Energieträgern an unseren Produktionsstandorten verursachen, zum Beispiel bei der Stromerzeugung. Scope-2-Emissionen entstehen durch die Erzeugung von Energie, die wir extern beziehen, zum Beispiel Strom.

Indirekte Treibhausgas-(THG)-Emissionen entlang unserer Wertschöpfungskette (Scope-3-Emissionen) sollen bis 2025 um 10 % reduziert werden. Die „Science Based Targets initiative“ (SBTi) hat bestätigt, dass die Klimaziele mit dem 1,5-Grad-Szenario des Pariser Klimaabkommens im Einklang stehen. Der Unternehmensbereich Consumer hat sich die zusätzlichen Ziele gesetzt, bis 2025 die absoluten Scope-3-Emissionen um 30 % gegenüber 2018 zu reduzieren und für alle Produktionszentren bis 2030 Klimaneutralität zu erreichen.

Auch tesa plant bis 2030 eine klimaneutrale Produktion. Außerdem sollen die Scope-3-Emissionen bis 2030 um absolut 20 % gegenüber 2018 reduziert werden.

Im Hinblick auf unsere Klimaziele verzeichneten wir erneut Fortschritte: Die absoluten Scope-1- und Scope-2-Emissionen im Bereich Consumer konnten gegenüber dem Basisjahr 2018 um 40 % und bei tesa um 38 % gesenkt werden. Dies führte insgesamt zu einer Reduktion der absoluten Scope-1- und Scope-2-Emissionen um 39 %. Damit erreichen wir unser Scope 1- & 2-Emissionsziel auf Gruppenebene für 2025 frühzeitig. Die absoluten Scope-3-Emissionen<sup>2</sup> des Unternehmensbereichs Consumer wurden im gleichen Zeitraum um 18 % reduziert.

Im Jahr 2023 haben wir uns das Ziel gesetzt bis 2045 Netto Null Emissionen zu erreichen. Da wir unser Scope 1- & 2-Ziel für 2025 bereits erreicht haben, haben wir in diesem Zusammenhang auch unser kurzfristiges Klimaziel aktualisiert. Damit verpflichtet sich der Beiersdorf Konzern zu den folgenden Zielen, die Anfang 2024 von der SBTi validiert wurden:

- Bis 2032 wollen wir die absoluten Scope-1- und Scope-2-Emissionen um 70 % und die absoluten Scope-3-THG-Emissionen<sup>3</sup> um 40 % zu reduzieren, ausgehend vom Basisjahr 2018.
- Bis 2045 wollen wir die absoluten Scope-1, 2 und 3-Emissionen um 90 % reduzieren, ausgehend vom Basisjahr 2018.

2020 erreichten wir unser Ziel, zu 100 % Strom aus erneuerbaren Energiequellen zu beziehen. Dies gilt nach wie vor weltweit für alle Büro- und Produktionsstandorte von tesa und Consumer, für die Daten erfasst werden.<sup>4</sup>

### Klimadaten: Energie, Scope-1-, Scope-2- und Scope-3-Emissionen

Wir erfassen, konsolidieren und analysieren unsere Energieverbräuche, um unsere weltweiten THG-Emissionen zu ermitteln. Durch die kontinuierliche Erhebung dieser Daten überprüfen wir die Wirksamkeit unserer durchgeführten Maßnahmen und identifizieren zukünftige Einsparpotenziale.

Unsere THG-Emissionen berechnen wir nach den Vorgaben des Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol). Das GHG Protocol erlaubt unterschiedliche Konsolidierungsansätze für die Berechnung von Scope-1- und Scope-2-Daten. Wir haben den Ansatz der operativen Steuerung zur Konsolidierung unserer Emissionsberechnung gewählt.

Die Grundlage für die Berechnung bilden überwiegend die Emissionsdaten des „Intergovernmental Panel on Climate Change“ (IPCC) sowie die Emissionsfaktoren unserer Energieversorger und der IEA. Weitere Emissionen wie Dampf aus Fernwärme berechnen wir unter Verwendung der Emissionsfaktoren, die durch die Datenbank „GaBi“ und das britische Umweltministerium „Department for Environment, Food & Rural Affairs“ (Defra) zur Verfügung gestellt werden.

<sup>2</sup> Zu den Scope-3-Emissionen gehören die Kategorien eingekaufte Waren und Dienstleistungen, vorgelagerter Transport unter der Berücksichtigung der Zertifikate für Biokraftstoffe und Logistik sowie Geschäftsreisen.

<sup>3</sup> In den Kategorien eingekaufte Waren und Dienstleistungen, vorgelagerter Transport, Geschäftsreisen und Behandlung verkaufter Produkte am Ende ihrer Lebensdauer.

<sup>4</sup> Beiersdorf bezieht den Ökostrom direkt von Energieversorgern oder erwirbt beim Stromeinkauf „International Renewable Energy Certificates“ (I-RECs), europäische Herkunftsnachweise („Guarantees of Origin“) oder landesspezifische Zertifikate.

Sofern an unseren eigenen Standorten Biogas eingesetzt wird, werden die biogenen Emissionen außerhalb von Scope 1 separat berichtet und nicht unter Scope 1 erfasst. Die in diesem Zusammenhang erworbenen Biogas- Zertifikate sind international anerkannt und sollen eine Doppelzählung von Treibhausgasreduktionen in der gesamten Wertschöpfungskette verhindern. Sie basieren auf einem Massenbilanzansatz, bei dem das Biogas nicht physisch bezogen wird, sondern durch den Kauf von Zertifikaten sichergestellt wird, dass das Gas in das europäische Gasnetz eingespeist wird. Nach momentanem Stand hat das GHG Protocol noch keine klaren Vorgaben zur Berücksichtigung derartiger Zertifikate veröffentlicht. Wir überwachen entsprechende Standards für die Biogas-Bilanzierung genau und sind uns bewusst, unsere Berichterstattung anzupassen, wenn sich die bestehenden Standards weiterentwickeln werden und neue Standards publiziert werden.

Der Unternehmensbereich Consumer erhebt Energieverbrauchsdaten an allen Produktionsstandorten, in unseren eigenen Lagern und in unseren Büros ab 50 Mitarbeitenden (in Vollzeitäquivalenten). tesa erhebt die Energieverbrauchsdaten für alle nach ISO 14001 zertifizierten Standorte. Dies umfasst sechs Produktionsstandorte sowie die Hauptzentrale.

Seit 2022 beziehen wir auch die Emissionsdaten unserer Beteiligung NIVEA-KAO in die Berechnung für die Scopes 1 bis 3 mit ein. Für die Scope-1- und Scope-2-Emissionen verwenden wir Primärdaten von NIVEA-KAO; diese sind in den Kennzahlen seit 2022 berücksichtigt.

## Kennzahlen

	Unternehmensbereich	2018 (Basisjahr)	2021	2022	2023
Scope-1-Emissionen (t CO <sub>2</sub> e)	Beiersdorf Konzern	99.048	99.693	90.358	77.480
	Consumer	43.409	41.320	39.506 <sup>2</sup>	34.049
	tesa	55.639	58.373	50.852	43.431
Scope-2-Emissionen (t CO <sub>2</sub> e) <sup>1,2</sup>	Beiersdorf Konzern	30.071	1.582	1.322	1.552
	Consumer	15.820	1.582	1.314	1.536
	tesa	14.251	0	8	16
Scope-1- und Scope-2-Emissionen (t CO <sub>2</sub> e)	Beiersdorf Konzern	129.119	101.275	91.680	79.032
	Consumer	59.229	42.902	40.820	35.585
	tesa	69.890	58.373	50.860	43.447
Biogene Scope-1-Emissionen	Beiersdorf Konzern	0	2.270	9.124	10.983
	Consumer	0	0	1.078	3.239
	tesa	0	2.270	8.046	7.744
Gesamt-Energieverbrauch (GWh) <sup>2</sup>	Beiersdorf Konzern	668	684	672	612
	Consumer	341	340	334	320
	tesa	327	344	338	292

<sup>1</sup> Die in diesem Abschnitt dargestellten Scope-2-Emissionen basieren auf der „market-based“-Methode.

<sup>2</sup> Rückwirkende Anpassung der Daten aufgrund der Einbeziehung der neu erworbenen Produktionsstätte von La Prairie in Berneck.

## Scope-3-Emissionen identifizieren

Entlang unserer Wertschöpfungskette entstehen ebenfalls Emissionen, beispielsweise durch den Bezug von Waren und Dienstleistungen oder Transportaktivitäten. Diese werden als Scope-3-Emissionen bezeichnet. Der Unternehmensbereich Consumer hat auf Basis eines Input-Output-Modells die relevantesten Kategorien für die Scope-3-Emissionen<sup>1</sup> identifiziert. Das Input-Output-Modell bewertet Ressourcenverbräuche und Umweltbelastungen in der gesamten Lieferkette auf Basis internationaler Statistiken und Datenbanken. Folgende Kategorien haben wir für den Unternehmensbereich Consumer

<sup>1</sup> Die folgenden Ausführungen zu unseren Scope-3-Emissionen beziehen sich auf den Massenmarkt sowie das Dermokosmetikgeschäft des Unternehmensbereichs Consumer, falls nicht anders spezifiziert.

als wesentlich festgelegt: Verpackungsmaterialien, Rohmaterialien für Produktformeln, Fertigwarenhersteller, eingekaufte Transportdienstleistungen, Lagerung und Geschäftsreisen. Mit dieser Auswahl decken wir mehr als zwei Drittel unserer gesamten Scope-3-Emissionen im Basisjahr ab, was den Anforderungen der SBTi entspricht. Die entsprechenden Kennzahlen im Bereich Scope-3-Emissionen finden sich im Unterkapitel „Consumer“.

Zusätzlich zur Nichtfinanziellen Erklärung legen wir im Rahmen einer jährlichen Befragung der Organisation CDP unsere Managementansätze und Daten zum Themenbereich Klima offen. Die Organisation beurteilt daraufhin unter anderem unsere klimabezogene Strategie und deren Wirksamkeit auf einer Skala von der Bestnote „A“ bis „D-“. Bei der CDP-Bewertung innerhalb des „Climate Change Program“ erhielt der Unternehmensbereich Consumer 2023 die Bewertung „A“ und der Unternehmensbereich tesa die Bewertung A-.

## Consumer

### Verbesserung der Scope-3-Kalkulationen

Für alle festgelegten Kategorien innerhalb unserer Zielsetzung haben wir Berechnungsmethoden entwickelt, die auf genauere Daten zurückgreifen, sofern diese vorhanden sind. Dadurch ist eine bessere Fortschrittskontrolle unserer Reduktionsmaßnahmen möglich. Der Hauptanteil unserer Scope-3-Emissionen entsteht bei den Vormaterialien und Herstellungsprozessen der Verpackungen<sup>2</sup> und Rohmaterialien, die wir für unsere Produkte benötigen. Die Kalkulation dieser THG-Emissionen basiert auf Primärdaten für den Materialverbrauch und sekundären Emissionsfaktoren auf der Grundlage von Lebenszyklusdatenbanken. Im Rahmen der Scope-3-Kalkulationen arbeiten wir mit Dienstleistern zusammen, um weitere und verbesserte Emissionsfaktoren für Lebenszyklusanalysen zu erheben.

Im Laufe des Berichtsjahres haben wir die Digitalisierung des Bereichs Nachhaltigkeit weiter ausgebaut. So haben wir weitere Analysetools integriert und sowohl Rahmen als auch Detaillierungsgrad der Berichterstattung weiter verbessert. So können wir wesentliche Kennzahlen wie CO<sub>2</sub>e-Emissionen oder Kennzahlen in den Bereichen Kunststoffverpackungen und Rohstoffe während des gesamten Jahres auswerten und frühzeitig – wenn nötig – Maßnahmen zur Erreichung unserer Emissionsreduktionsziele ableiten.

Die Berechnung der Emissionen unserer ausgelagerten Produktion und Lagerung erfolgt anhand von Abfragen bei Lieferbetrieben aus den Bereichen Fertigwaren und Lagerung.<sup>3</sup> Es wurden Daten zum Energieverbrauch sowie Emissionsfaktoren für eingekauften Strom erhoben. Die Daten sind auf die für uns produzierten Produktmengen bzw. Warenumschnitte bezogen. Die Kalkulationsmethodik zu den THG-Emissionen ist deckungsgleich mit der Scope-1- und Scope-2-Kalkulation für unsere eigenen Standorte. 2023 konnten wir 86 % unserer ausgelagerten Fertigwarenproduktion und 85 % unserer Lagertätigkeiten über die durchgeführte Abfrage abdecken. Die Werte der folgenden Tabelle sind hochgerechnete Emissionswerte, um alle Zulieferbetriebe und die Lagerhaltung abzudecken.

Zur Berechnung der globalen vor- und nachgelagerten transportbedingten THG-Emissionen verwenden wir überwiegend das Tool „EcoTransIT“ nach der europäischen Norm DIN EN 16258. Daten zu Entfernungen, Ladelasten und den verschiedenen Verkehrsmitteln werden aus dem Logistiknetzwerk gewonnen.

<sup>2</sup> Wir berücksichtigen bei dieser Berechnung Konsument\*innenverpackungen und Sekundärpackmittel. Packmittel, die im Rahmen von Konfektionierungsarbeiten oder bei der Transportvorbereitung hinzugefügt werden, sind nicht enthalten.

<sup>3</sup> Bei der ausgelagerten Produktion und Lagerung weicht der Datenerhebungszeitraum (Dezember 2022 bis November 2023) vom Berichtszeitraum ab.

Die Emissionen, die aus dem Transport unserer Produkte mittels Seefracht resultieren, sind zu 86 % biogenen Ursprungs. Dies stellen wir durch den Kauf von Treibstoffzertifikaten sicher. Die Treibstoffzertifikate basieren auf einem Massenbilanzansatz. Das heißt: Es wird angestrebt, die eingesetzte Menge an Biotreibstoff in der globalen Seefrachtindustrie zu erhöhen. Denn noch lässt sich nicht zuverlässig nachverfolgen, ob die Schiffe, die unsere Produkte transportieren, tatsächlich mit Biokraftstoff betrieben werden. Insgesamt zielt Beiersdorf darauf ab, die Transformation hin zu einem emissionsärmeren Logistiknetzwerk voranzutreiben.

Um die Emissionen durch Geschäftsreisen zu ermitteln, werden die Informationen über Entfernungen und Verkehrsmittel aus unserem Reisemanagementsystem exportiert oder direkt von unseren Tochtergesellschaften gemeldet. Für die über unser Reisemanagementsystem erfassten Daten berechnen wir die Emissionen nach der Methodik des Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) unter Berücksichtigung eines „Radiative Forcing Index (RFI)“-Faktors von zwei für Geschäftsflüge. Im Falle direkt gemeldeter Geschäftsreisedaten berechnen wir die Emissionen auf der Grundlage der IEA-Daten. Im Vergleich zu 2018 sind unsere Scope-3-Emissionen im Bereich Geschäftsreisen um 25 % zurückgegangen.

Die miteinander bezogenen Scope-3-Emissionen unserer Mehrheitsbeteiligung NIVEA-KAO ermitteln wir anhand der Ergebnisse von Lebenszyklusanalysen (LZA), die wir 2022 und 2023 für bestimmte Referenzprodukte durchführten. Die Schätzung der Emissionen für die vorherigen Jahre erfolgte auf Grundlage der verkauften Menge an Referenzprodukten. Die Rohstoff- und Verpackungsemissionen von NIVEA-KAO werden gemäß der Materialliste der Referenzprodukte und den LZA-Emissionsfaktoren berechnet. Für die vorgelagerten Transportemissionen der Mehrheitsbeteiligung berücksichtigen wir das Produktgewicht, die durchschnittliche Transportentfernung und die Emissionsfaktoren der Verkehrsträger. Die kalkulierten Emissionen sind in den jeweiligen nachstehenden Scope-3-Kategorien enthalten.

### Scope-3-Treibhausgasemissionen Consumer<sup>1</sup>

(in t CO<sub>2</sub>e)

	Bereich	2018 (Basisjahr)	2021	2022	2023
Kategorie 1: eingekaufte Güter und Dienstleistungen <sup>2</sup>	Verpackung	440.707	396.817	373.213	365.529
	Rohmaterialien	542.883	492.991	476.948	458.672
	Fertigwarenhersteller	36.945	16.557	14.232	15.352
Kategorie 4: Transport und Verteilung (vorgelagert) <sup>3</sup>	Fertigwarentransport	134.659	130.906	129.751	128.876
	Lagerung	11.705	2.283	2.087	2.160
	Reduktion durch den Erwerb von Zertifikaten für Biokraftstoffe	0	-8.800	-10.600	-11.162
Kategorie 6: Geschäftsreisen <sup>4</sup>	Geschäftsreisen	19.709	2.677	8.982	14.859
Summe Scope-3-Emissionen ohne Berücksichtigung von Zertifikaten für Biokraftstoffe		1.186.608	1.042.233	1.005.213	985.177
Summe Scope-3-Emissionen unter Berücksichtigung von Zertifikaten für Biokraftstoffe		1.186.608	1.033.433	994.613	974.015

<sup>1</sup> Die Kategorien werden durch das GHG Protocol definiert.

<sup>2</sup> Die Emissionsdaten für Verpackungen und Rohstoffe für 2018, 2021 und 2022 wurden aufgrund aktualisierter Stammdaten und der Einbeziehung der neuesten Emissionsdaten des 6. IPCC Assessment Reports angepasst. Zudem wurden die Daten für La Prairie um Verpackungen für 2018, 2021 und 2022 ergänzt. Coppertone ist in diesen Zahlen nicht enthalten. Die Daten für Fertigwarenhersteller wurden auf Grundlage von Ausgaben extrapoliert, die Daten für 2021 wurden aufgrund einer Datenkorrektur angepasst.

<sup>3</sup> Die Daten für die Lagerung wurden auf der Basis der eingelagerten Paletten extrapoliert. Die Transportdaten wurden für 2018 aufgrund einer Datenkorrektur angepasst.

<sup>4</sup> Die Geschäftsreisen wurden rückwirkend für 2018, 2021 und 2022 angepasst, da La Prairie miteinbezogen wurde.

## Wandel in Richtung Klimaneutralisierung

Um das langfristige Net-Zero-Ziel zu erreichen, haben wir für die Transformationsphase einen Klimaneutralisierungsplan erstellt. Unser „Climate Neutralization Framework“ beschreibt den gesamten Neutralisierungsprozess für ausgewählte Produkte und wurde auf der Grundlage der Prinzipien und Anforderungen der international anerkannten Norm PAS 2060 entwickelt. TÜV Rheinland hat die Methodik geprüft und verifiziert, dass Beiersdorf den internationalen Standards und einem wissenschaftsbasierten Ansatz folgt.

Klimaneutralisierung besteht bei uns aus drei Schritten. Der erste Schritt lautet „Messen“: Alle THG-Emissionen werden in Übereinstimmung mit dem GHG Protocol quantifiziert. Der zweite Schritt ist „Reduzieren“: Er spiegelt sich in unseren ambitionierten Klimazielen wider, die sich an den wissenschaftlichen Erkenntnissen zur Begrenzung der globalen Erwärmung auf 1,5 Grad Celsius orientieren. Wir konzentrieren uns bei unseren Aktivitäten und unseren Ressourcen hauptsächlich auf die Erreichung dieser Reduktionsziele. Der dritte Schritt heißt „Neutralisieren“: Um bereits in der Übergangsphase zur Erreichung des Net-Zero-Ziels zusätzliche CO<sub>2</sub>e-Speicherpotenziale zu erschließen, investieren wir in zertifizierte Klimaprojekte, um die verbleibenden Emissionen zu neutralisieren. Damit wir weltweit einen Net-Zero-Zustand erreichen, müssen wir unvermeidbare Emissionen durch die Entnahme von Treibhausgasen aus der Atmosphäre ausgleichen.

Da wir unsere THG-Bilanzierungsmethoden im vorstehenden Abschnitt ausführlich dargelegt haben, werden wir im Folgenden den zweiten und dritten Schritt fokussieren.

## Emissionsreduktion in unserem Betrieb

Gerade an unseren Produktionsstandorten lassen sich energiebezogene Emissionen noch weiter reduzieren und die Energieeffizienz steigern. Unser Ziel ist es, bis 2030 alle Produktionsstätten klimaneutral zu betreiben. Dafür setzen wir auf verschiedene Maßnahmen:

Um die Standorte klimaneutral zu betreiben, wollen wir bis 2030 den Einsatz von fossilen Brennstoffen reduzieren. Insbesondere vor dem Hintergrund der geopolitischen Situation im Jahr 2022 und der damit einhergehenden Energiekrise haben wir uns vorgenommen, in Europa unabhängig von Erdgas zu wirtschaften. Hierfür greifen wir auf verschiedene Alternativen zurück. Einige vorübergehende Alternativlösungen – etwa dieselbetriebene Dampferzeuger, die wir in unserer Produktion installiert haben – werden genutzt, um genügend Kapazitäten sicherzustellen, wenn es zu gesetzlich angeordneten Beschränkungen des Erdgasverbrauchs kommt. Diese Systeme benötigen jedoch andere fossile Brennstoffe und sind nicht langfristig mit unserem Bestreben nach klimaneutralen Standorten vereinbar. Daher setzt Beiersdorf vermehrt nachhaltigere Lösungen ein: Dazu gehören zwei elektrische Dampferzeuger für das bestehende Technikum an der Konzernzentrale sowie je ein Wärmepumpensystem für Wasserkühlung und Gebäudeheizung in den Produktionswerken Argentona, Spanien und Hamburg, Deutschland. Durch die Wärmepumpenlösung wird der Standort in Argentona 2024 zu unserem ersten kohlenstoffneutralen Produktionswerk in Spanien und gleichzeitig zum ersten Werk von Beiersdorf, das unabhängig von jeglichen direkten Brennstoffen ist und nur Elektrizität benötigt.

Um Emissionen zu verringern, erneuern wir nicht nur unsere technischen Anlagen. Energiesparmaßnahmen tragen ebenfalls dazu bei, den Brennstoff- und Stromverbrauch zu senken – etwa indem wir Gebäude weniger stark heizen und die Beleuchtung reduzieren.

Über die Nutzung von 100 % eingekauftem Ökostrom hinaus haben wir an 14 unserer Produktions- und Bürostandorte Fotovoltaik-Anlagen installiert, mit denen wir einen Teil unseres Strombedarfs decken. Die Anlagen haben im Berichtsjahr weltweit 7.100 MWh erzeugt. Zudem unterstützt unsere 2020 ins Leben gerufene Initiative „Sustainability in Manufacturing“ die Zielerreichung in den Bereichen Klima,

Abfall und Wasser bis 2025. Die Initiative bezieht alle 15 Produktionsstandorte weltweit mit ein. Das zuständige Projektteam schlüsselt die Unternehmensziele nach Produktionsstandorten auf, analysiert die Energieverbräuche und leitet daraus notwendige Maßnahmen ab. Lokal gewonnene Erkenntnisse werden in Form von Best-Practice-Beispielen innerhalb unseres internationalen Netzwerks ausgetauscht und dort, wo es sinnvoll erscheint, auch für andere Standorte angewendet.

Energieeffiziente, moderne Gebäude und Produktionsstandorte tragen dazu bei, unsere Klimaziele zu erreichen. Beim Bau eines neuen bzw. bei der Umgestaltung eines bestehenden Gebäudes betrachten wir dessen gesamten Lebenszyklus und setzen gezielt auf nachhaltige Energiekonzepte. Bei unseren Neubau- und Erweiterungsprojekten streben wir eine Zertifizierung nach dem „Leadership in Energy and Environmental Design“ (LEED) an. Dies gilt auch für unsere im Berichtsjahr fertiggestellte Konzernzentrale in Hamburg-Eimsbüttel. Neben dem Gütesiegel LEED haben wir die Zielsetzung in 2024 für das mehr als 100.000 Quadratmeter große Gebäude auch eine Zertifizierung nach dem „WELL Building Standard“ zu erreichen.

Auch für den neuen Produktionsstandort in Leipzig, Deutschland planen wir eine LEED-Nachhaltigkeitszertifizierung. In diesem Rahmen werden neben der Implementierung energieeffizienter Prozesse auch die Fassaden und Dächer des Gebäudes begrünt sowie Fotovoltaik-Module installiert.

Für bestehende Werke ersetzen wir ebenfalls zunehmend die fossilen Brennstoffe: Als erstes Beiersdorf Werk bezieht der Standort in Berlin, Deutschland seit 2022 ausschließlich Biomethan statt fossilem Erdgas. Dadurch werden die THG-Emissionen um 99 % gesenkt; die Herstellung unserer Produkte ist dort somit klimaneutral. Das Biogas wird in Dänemark aus organischen Abfällen erzeugt und ins europäische Gasnetz eingespeist. Auch unser neues Werk in Leipzig bezieht Biomethan anstelle von Erdgas und wird seit Aufnahme der Produktion 2023 in den Scopes 1 und 2 klimaneutral betrieben.

Unsere Fabriken in Berlin und Leipzig verwenden Biogas-Zertifikate, um Gas aus erneuerbaren Quellen für unsere Produktion zu beziehen. Diese Biogas-Zertifikate sollen sicherstellen, dass das Gas zur Reduzierung von Treibhausgasen beiträgt. Sie basieren auf einem Massenbilanzansatz, bei dem das in Dänemark gelieferte Biogas unserem Verbrauch in Deutschland entspricht.

### Emissionsreduzierung entlang der Wertschöpfungskette

Die Reduzierung der Scope-3-Emissionen stellt eine große Herausforderung dar, da sich die Entstehung der Emissionen unserer direkten betrieblichen Kontrolle entzieht. Deshalb arbeiten wir funktionsübergreifend und mit unseren Lieferbetrieben zusammen, um innovative Maßnahmen zur Reduzierung unseres CO<sub>2</sub>e-Fußabdrucks zu etablieren. Im Berichtsjahr haben wir zudem einen Maßnahmenplan zur Reduzierung der Emissionen innerhalb der wichtigsten Scope-3-Kategorien entwickelt, die wir im Folgenden auflisten:

#### **Verpackungen**

Die höchsten Verpackungsemissionen werden durch Kunststoffe und Aluminium verursacht. Daher arbeiten wir an innovativen Lösungen für Vermeidung, Reduzierung, Wiederverwendung und Recycling unserer Produktverpackungen bis 2025. Wir streben danach, mehr Rezyklat in Aluminiumverpackungen zu verwenden und Aluminium mit einem geringeren CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck zu beziehen.

Aus den gegenwärtigen globalen Krisen resultierten jedoch insbesondere für recyceltes Aluminium in den vorherigen Jahren Lieferengpässe. Im Berichtsjahr haben wir begonnen diese Lücke mit kohlenstoffarmem Aluminium, das in den Hauptproduktionsschritten unter Einsatz von erneuerbarer Energie hergestellt wird, zu schließen.

### Produktformeln

Auch unsere Produktformeln sollen umweltfreundlicher werden. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir 2021 einen Maßnahmenplan erarbeitet. Er beinhaltet folgende Bestandteile:

- die weitere Umstellung auf pflanzliche Rohstoffe mit geringerem CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck,
- die zunehmende Verwendung von Inhaltsstoffen aus erneuerbarem Kohlenstoff, zum Beispiel biobasierte Materialien, Materialien aus chemischem Recycling sowie Materialien aus Kohlenstoffabscheidung,
- die enge Zusammenarbeit mit unseren Hauptlieferanten, um erneuerbare Energien an deren Produktionsstandorten einzuführen und somit den CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck der Rohstoffe zu verringern und
- die Umstellung weiterer nachwachsender Rohstoffe auf nachhaltigen und entwaldungsfreien Anbau. Dafür gehen wir verschiedene Partnerschaften ein, unter anderem mit dem „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO) (s. Kapitel „Nachhaltige Landnutzung“).

### Fremdherstellerfirmen und Fremdlagerbetreiber

Ein wichtiger Hebel zur Reduzierung der THG-Bilanz unserer Produkte und Verpackungen ist die Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen auch bei unseren Zulieferfirmen. Damit wir dieses Ziel erreichen, führen wir intensive Gespräche mit Lieferbetrieben und drittherstellenden Unternehmen und suchen gemeinsam nach Lösungen für die Umstellung auf erneuerbare Energien. 2023 haben alle Fremdherstellerfirmen und Fremdlagerbetreiber, die in unserer Datenabfrage erfasst sind, Strom aus erneuerbaren Energien bezogen oder ihren Strombezug über entsprechende Energiezertifikate abgedeckt.

### Transport

Auch im Bereich Transport lassen sich Emissionen einsparen und vermeiden. Sofern möglich, soll der Transport unserer Güter auf den Schienenverkehr verlagert werden. Dies gilt insbesondere für Europa und Nordamerika, wo sich unsere größten Märkte befinden. Für unsere globalen Seefrachttransporte kaufen wir seit 2021 massenbilanzierte Biokraftstoffe aus Abfallströmen über Zertifikate ein. Darüber hinaus setzten unsere Lkw-Transportdienstleister im Berichtsjahr für den Transport unserer Produkte vom „Hub Nordics“ in die skandinavischen Länder, sowie nach Frankreich und Italien Biokraftstoffe ein. Zudem untersuchen wir Möglichkeiten, alternative Kraftstoffe zu nutzen, wie Strom und Gas für den Betrieb von Lkws. Hierfür arbeiten wir eng mit unseren Logistkdienstleistern zusammen. Um neue Transporttechnologien zu verstehen und erfolgreich einzusetzen, stehen wir im Austausch mit externen Berater\*innen und wissenschaftlichen Expert\*innen. Ein Beispiel hierfür ist unsere Zusammenarbeit mit EcoTransIT zur Berechnung unserer Transportemissionen. Dieses Wissen geben wir weltweit an unsere Logistkdienstleister weiter.

### Im Dialog mit Zulieferfirmen

Über verschiedene Maßnahmen treten wir mit unseren Lieferanten für eine nachhaltigere, gemeinsame Zukunft in den Dialog. Beispielsweise rufen wir unsere Zulieferbetriebe auf, sich ebenfalls an den Klimadatenabfragen der Organisation CDP zu beteiligen. Mit den offengelegten Daten kann Beiersdorf eine bessere Qualität der eigenen Datenanalysen erreichen. Im Berichtsjahr haben 77 Zulieferfirmen an der CDP-Befragung teilgenommen. Darüber hinaus arbeiten wir gemeinsam mit unseren Zulieferfirmen an neuen Konzepten und Strategien. So haben wir im Berichtsjahr in das Schweizer Start-up DePoly investiert. Die chemische Recyclingtechnologie von DePoly ermöglicht neue Recyclinglösungen für derzeit nicht wiederverwertbare Plastik- und Polyester-Abfallströme. Ziel der Zusammenarbeit ist es, die Entwicklung von nachhaltigeren Technologien voranzutreiben, die die Kreislaufnutzung von Verpackungen in der Kosmetikindustrie verbessern.

## Neutralisierung verbleibender Emissionen

Neben den Bemühungen, den THG-Ausstoß in der Wertschöpfungskette zu reduzieren, investiert Beiersdorf gezielt in Klimaschutzprojekte und erwirbt freiwillige Emissionszertifikate. Mit Hilfe der Projekte sollen langfristig natürliche Senken aufgebaut und die Anreicherung von Treibhausgasen in der Atmosphäre eingedämmt werden. Dabei wählen wir Projekte aus, die im Einklang mit dem Pariser Abkommen stehen und von international anerkannten Organisationen wie „Verra“ oder dem „Gold-Standard“ unabhängig zertifiziert sind. Außerdem konzentrieren wir uns auf Projekte, die Kohlenstoff aus der Atmosphäre speichern – beispielsweise durch Wiederaufforstung und Bodenmanagement – und gleichzeitig einen zusätzlichen Nutzen für die Biodiversität oder lokale Gemeinschaften erbringen. Mit CO<sub>2</sub>e-Zertifikaten aus diesen Projekten gleichen wir verbleibende THG-Emissionen ausgewählter Produkte sowie die Flugemissionen unserer Geschäftsreisen aus.

## tesa

### Managementsysteme für betrieblichen Umweltschutz

Der Unternehmensbereich tesa nutzt an sieben Standorten nach ISO 14001 zertifizierte Umweltmanagementsysteme für die kontinuierliche Organisation und Planung des betrieblichen Umweltschutzes. Die Norm ISO 14001 ist ein international anerkannter Ansatz für das Management der unmittelbaren und langfristigen Umweltauswirkungen der Produkte, Dienstleistungen und Prozesse eines Unternehmens. Im Rahmen der Matrixzertifizierung der ISO-14001-Standorte werden jährlich auch externe Umwelt-Audits durchgeführt. Darüber hinaus wird an ausgewählten ISO-14001-zertifizierten Standorten das Umweltmanagementsystem durch interne Audits der Zentrale überprüft.

Zusätzlich zum Umweltmanagementsystem setzen wir auf nach international anerkannten Standards geprüfte Energiemanagementsysteme. Drei Produktionsstandorte und die Konzernzentrale sind nach ISO 50001 zertifiziert. Die Standorte emittieren 84 % der THG-Emissionen aller Standorte mit ISO-14001-Zertifizierung. Die ISO-zertifizierten Energiemanagementsysteme bilden die Grundlage, um an den jeweiligen Standorten energieeffizienter zu wirtschaften und so THG-Emissionen weiter zu senken.

Über unser internes Planungs- und Berichtswesen erfassen, bewerten und überwachen wir Risiken und Maßnahmen zur Reduktion der THG-Emissionen. Die Wirksamkeit der Maßnahmen überprüfen wir über die monatliche Erhebung der standortspezifischen Energieverbräuche. Unsere Scope-1- und Scope-2-Emissionen konnten wir von 2018 bis 2023 absolut um 38 % reduzieren; im Vergleich zum Vorjahr ist der Ausstoß damit um 15 Prozentpunkte gesunken. Pro Tonne Endprodukt konnten wir für die spezifischen Emissionen im Vergleich zu 2018 eine Reduktion von 23 % erreichen.

### Energieeinsparpotenziale erkennen und Effizienz erhöhen

Die Energieverbräuche sind wichtige Steuerungsgrößen, um unsere Umweltauswirkungen zu verringern. Im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses und auf Grundlage des Umweltprogramms sowie der Umwelt-Audits identifizieren wir weitere Energiesparmöglichkeiten, optimieren energieintensive Prozesse und senken unseren CO<sub>2</sub>e-Ausstoß sowie die damit verbundenen Kosten. Die tesa Unternehmensführung wird jedes Jahr über einen Management-Review in diesen Prozess einbezogen. Die operative Verantwortung liegt bei den Umwelt- und Energieexpert\*innen an den jeweiligen Standorten.

Im Berichtszeitraum haben wir weiter am Ausbau der Stromproduktion durch Fotovoltaik gearbeitet: In China und Italien nahmen wir neue Anlagen in Betrieb. Die Fotovoltaik-Anlagen haben im Berichtsjahr weltweit 1.761 MWh Strom erzeugt. Dies entspricht 2 % unseres Gesamtbedarfs. Des Weiteren werden wir 2024 die Konzernzentrale und das neue Werk in Vietnam mit Fotovoltaik ausstatten. Zudem wurde die bislang größte Fotovoltaik-Anlage des Unternehmensbereichs tesa mit 5,5 MWp in Offenburg,

Deutschland genehmigt. Diese soll bereits 2024 Strom erzeugen und die Dekarbonisierung des Standortes unterstützen. Weitere Investitionen in Fotovoltaik sind in Vorbereitung.

An mehreren Produktionsstandorten setzen wir Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungs- bzw. Kraft-Wärme-Kopplungs-Anlagen (KWKK und KWK) ein. Hierbei wird neben der elektrischen Energie auch die entstehende Wärme genutzt – etwa für Produktionsprozesse oder zum Heizen. Den Energieverbrauch der KWK-Anlage an der Konzernzentrale decken wir seit 2021 vollständig über Biogas-Zertifikate ab. Im Berichtsjahr haben außerdem die Werke in Hamburg und Offenburg Biogas-Zertifikate für den Betrieb von KWK-Anlagen genutzt. Das Biogas wird in Dänemark erzeugt und ins europäische Gasnetz eingespeist.<sup>1</sup> So können wir weiterhin von den hohen Wirkungsgraden der KWK profitieren und – mit dem Einsatz von Biomethan anstelle von Erdgas – auf erneuerbare, klimafreundlichere Energieträger setzen. In Summe haben wir 2023 über 47 % unseres Strombedarfs über energieeffiziente KWK-Anlagen selbst produziert.

## Kreislaufwirtschaft

### Consumer

Unsere Produkte stehen weltweit für hohe Qualität und effektive Hautpflege. Diesem Qualitätsanspruch und den gestiegenen Nachhaltigkeitsanforderungen wollen wir gerecht werden und das Vertrauen der Verbraucher\*innen in unsere Produkte wahren. Für uns umfasst dieses Vertrauen auch, negativen Umweltauswirkungen entgegenzuwirken. Deswegen sehen wir uns in der Verantwortung, die Umweltverträglichkeit unserer Produkte zu optimieren und ressourcenschonend zu handeln.

Für die Integration von Produktnachhaltigkeit in unsere Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ und auf Markenebene ist der Vorstand verantwortlich. Ihm ist das Corporate Sustainability Team direkt unterstellt. Über unser Sustainability Council erfolgt ein regelmäßiger Austausch mit dem Senior Management aus Marketing, Forschung und Entwicklung sowie Supply Chain. Das Gremium berichtet über laufende Projekte und überwacht den Status der Zielerreichung. Wir nutzen die Expertise verschiedener Abteilungen und beziehen externe Stakeholder\*innen wie Kunden, Lieferanten, Nachhaltigkeitsberatungen und NGOs mit ein, um funktions- bzw. wertschöpfungskettenübergreifende Projekte umzusetzen.

### Ganzheitliche Betrachtung von Produkten

Es ist uns wichtig, unsere Produkte ganzheitlich nach ihren ökologischen und sozialen Auswirkungen zu bewerten. Mittels sogenannter Lebenszyklusanalysen (LZA) werden für bestimmte Produkte alle Umweltwirkungen von der Rohstoffbeschaffung bis zur Entsorgung aufgelistet und zusammengefasst. Anhand dieser Analyse erstellen wir eine Ökobilanz, die darstellt, welche Auswirkungen das Produkt auf die Umwelt hat und wo es Verbesserungspotenziale gibt. Außerhalb der Nutzungsphase durch die Verbraucher\*innen hängt der Umwelteinfluss unserer Produkte vor allem von den eingesetzten Rohstoffen und der Ressourceneffizienz der Verpackungen ab. Daher konzentrieren wir unsere Nachhaltigkeitsbemühungen auf diese Bereiche.

### Nachhaltige Verpackungen

Der Verbrauch natürlicher Ressourcen ist über die vergangenen Jahrzehnte weltweit kontinuierlich gestiegen. Negative Umwelteinflüsse sowie die Abfallproduktion nehmen stetig zu und schaden der Umwelt dauerhaft. Um dem entgegenzuwirken, setzt sich Beiersdorf für die Stärkung der Kreislaufwirtschaft ein: Die Kreislauffähigkeit unserer Verpackungen und Inhaltsstoffe ist für uns von zentraler Bedeutung.

<sup>1</sup> tesa erwirbt Biogas-Zertifikate. Die Zertifikate weisen nach, dass eine entsprechende Menge Biogas produziert und in das Erdgasnetz eingespeist wurde.

Unsere Verpackungen bestehen aufgrund des geringen Gewichts, der hohen Stabilität und der gleichzeitigen Flexibilität zu großem Teil aus Kunststoffen. Somit nutzen wir Materialien, die meist auf endlichen fossilen Ressourcen basieren und vielfach nicht recycelt werden. Wir arbeiten intensiv daran, unsere Kunststoffverpackungen nach den Nachhaltigkeitsprinzipien „Vermeiden, Reduzieren, Wiederverwenden und Recyceln“ zu optimieren und so unseren Beitrag zur Kreislaufwirtschaft zu leisten. Damit unsere Maßnahmen messbar sind, haben wir uns im Bereich Verpackungen folgende globale Ziele gesetzt, die wir bis Ende 2025 erreichen möchten:

- Im Vergleich zu 2019 möchten wir 50 % weniger fossilbasierte Neukunststoffe in unseren Verpackungen einsetzen
- und mindestens 30 % Rezyklat, also recyceltes Material, in unsere Kunststoffverpackungen integrieren
- 100 % unserer Verpackungen sollen wiederbefüllbar, wiederverwendbar oder recyclingfähig sein.

2023 sind wir auf dem Weg zu unseren Zielen wie folgt vorangekommen:

- 16 % Reduktion von fossilbasiertem Neukunststoff in unseren Verpackungen (2022: 15 %).
- 12 % Rezyklat in unseren Kunststoffverpackungen (2022: 10 %).

Bei der Kalkulation der 2022 und 2023 Zielerreichung wurden die Volumina für das Basisjahr 2019 aufgrund vorgenommener Stammdatenkorrekturen aktualisiert.

Während die Integration von recyceltem Material in unsere Kunststoffverpackungen planmäßig voranschreitet, erwarten wir, dass wir unser Reduktionsziel für fossile Neukunststoffe erst 2026 statt 2025 erreichen werden. Diese Entwicklung basiert auf längeren Vorlaufzeiten für Formen und Equipment von Kunststoffteilen, sowie auf einem über den Erwartungen liegenden Volumenwachstum.

Im Berichtsjahr haben wir beschlossen, unser Ziel für das Design von Kunststoffverpackungen zu erweitern. Bis 2032 wollen wir die Verwendung von fossilem neuem Kunststoff in unseren Verpackungen vollständig einstellen. Neben der Verwendung von recycelten und biobasierten Kunststoffqualitäten wird dies auch die Erforschung neuer, alternativer Materialien erfordern. Beginnend mit dem Berichtsjahr 2024 werden wir über dieses mittelfristige Ziel berichten.

Unser drittes Ziel, die Recyclingfähigkeit, bezieht sich auf das Ende des Verpackungslebenszyklus. Um unsere Fortschritte hinsichtlich der Recyclingfähigkeit messbar zu machen, führten wir 2021 eine neue Methodik gemäß den Prinzipien der Ellen MacArthur Foundation ein.<sup>1</sup>

2022 etablierten wir mit „Design for Recycling“ eine weitere Kenngröße, nach der eine Verpackung von Beginn an in mindestens einem Land recyclingfähig sein muss, auch wenn dies in der heutigen Infrastruktur noch nicht global möglich ist. Damit erfüllen alle Verpackungen, die heute schon global recyclingfähig sind, gleichzeitig auch die Kriterien für Design for Recycling.

Beide Ziele, Design for Recycling und globale Recyclingfähigkeit, werden seit 2022 auf alle eingesetzten Verpackungsarten und Materialien (Kunststoff, Metall, Glas und Papier) angewendet.

Auf Grundlage der Methodik einer unabhängigen Zertifizierungsstelle bewerten wir die globale Recyclingfähigkeit und das Design for Recycling digital; die Analyse bezieht sich auf den Anteil recyclingfähiger Materialien am Verpackungsgewicht. Basierend auf den individuellen Analysen ermitteln wir die Recyclingfähigkeit des Gesamtportfolios.

<sup>1</sup> Nach Definition der Ellen MacArthur Foundation (EMF) sind Verpackungen oder Verpackungskomponenten recycelbar, wenn ihre erfolgreiche Sammlung, Sortierung und Wiederverwertung nachweislich in der Praxis und im großen Maßstab global erfolgt.

Im Berichtsjahr

- stammten 80 % unseres Verpackungsgewichts von Verpackungen, die recyclingfähig gestaltet wurden („designed for recycling“) (2022: 80 %).

Zudem entspricht folgender Anteil den Anforderungen an globale Recyclingfähigkeit:

- 67 % des Gewichts aller Verpackungen galten als global recyclingfähig (2022: 67 %).

### Umweltfreundliche Produktformeln

Um die Kreislauffähigkeit unserer Produktformeln zu optimieren, haben wir uns sowohl hinsichtlich des Verzichts auf Mikroplastik gemäß der Definition des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP)<sup>2</sup> als auch für den Einsatz von biologisch abbaubaren Polymeren Ziele gesetzt.

Zum Ende des Berichtsjahres haben wir bereits eins dieser Ziele erreicht und die Herstellung von kosmetischen Produkten der Marke Eucerin, die Mikroplastik enthalten, eingestellt. Dazu haben wir Produkte entweder komplett aus dem Portfolio genommen oder ihre Zusammensetzung überarbeitet. Für Produkte der Marke NIVEA nutzen wir bereits seit 2021 kein Mikroplastik mehr.

Darüber hinaus möchten wir bis Ende 2025 ausschließlich biologisch abbaubare Polymere in unseren europäischen Produktformeln verwenden - und damit einen Beitrag zur Vermeidung von Umweltverschmutzung leisten.

Polymere sind Moleküle, die aus vielen, sich wiederholenden Untereinheiten bestehen. Sie werden in Kosmetika häufig verwendet und bewirken verschiedene Produkteigenschaften, z. B. eine erhöhte Wasserfestigkeit von Sonnenschutzprodukten. Viele Polymere, die organischen Kohlenstoff enthalten, sind biologisch abbaubar. Das heißt, sie können komplett durch Mikroorganismen wie Bakterien oder Pilze zu Wasser und Kohlendioxid abgebaut zu werden. Bei anderen Polymeren ist dies nicht der Fall; es bleiben chemische Stoffe in der Umwelt zurück. Schrittweise verzichten wir auf solche, nicht biologisch abbaubaren Polymere. Dadurch wollen wir potenzielle Umweltauswirkungen reduzieren.

Dazu bewerten wir alle Rohstoffe im Hinblick auf ihre biologische Abbaubarkeit. Für diese Bewertung wenden wir Anhang XIII der europäischen REACH-Verordnung und die entsprechenden Leitlinien zu Informationsanforderungen (Kapitel R.11) an. Die dort enthaltenen Kriterien für die Persistenz von Stoffen beschreiben die Anforderungen an den Zeitraum, in dem ein Molekül als biologisch abgebaut gilt. Auf dieser Grundlage identifizieren wir Polymere, die nicht ausreichend biologisch abbaubar sind und bis Ende 2025 in unseren europäischen Produktformulierungen vermieden werden sollen. Um dieses Ziel zu erreichen, ersetzen wir nicht nur direkt die Inhaltsstoffe, sondern entwickeln auch völlig neue Polymertechnologien. Die Rohstoffgruppe der Silikone, bestehend u. a. aus Dimethicone und Cyclomethicone, weisen wir separat aus. Sie sind aufgrund ihrer stofflichen Zusammensetzung - da sie keinen organischen Kohlenstoff in der Polymerkette enthalten - in der Natur zwar mit der Zeit abbaubar, per Definition aber nicht biologisch abbaubar. Deshalb betrachten wir sie getrennt von anderen Polymeren und arbeiten daran, ihren Gebrauch zu reduzieren.

Im Vergleich zum Jahr 2018 haben wir im Berichtsjahr bereits 67 % weniger nicht biologisch abbaubare Polymere in unseren europäischen Produktformeln verwendet. Damit reduzierten wir den Anteil verglichen mit dem Vorjahr um weitere 4 Prozentpunkte. Den Einsatz der Rohstoffgruppe Silikone konnten wir im Vergleich zum Jahr 2018 um 36 % reduzieren.

<sup>2</sup> Das Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) beschreibt in seiner Definition Mikroplastik-Partikel als feste Kunststoffteilchen mit weniger als 5 mm Durchmesser, die nicht biologisch abbaubar sowie nicht wasserlöslich sind.

Darüber hinaus ist es unser Ziel, den Einsatz von Rohstoffen aus nicht fossilen, erneuerbaren Materialien zu erhöhen und gleichzeitig eine nachhaltigere Beschaffung zu ermöglichen. So wollen wir negative Umweltauswirkungen durch eine erhöhte Nachfrage nach bestimmten Rohstoffen verhindern (s. Kapitel „Nachhaltige Landnutzung“).

### Partnerschaften im Bereich Produktnachhaltigkeit

Auf unserem Weg hin zu einer Kreislaufwirtschaft arbeiten wir bei Beiersdorf eng mit Partnern zusammen, die unsere Ziele teilen. Wir engagieren uns in Verbänden und internationalen Gremien und tauschen uns über diese Plattformen intensiv mit anderen Akteuren aus.

Die Ellen MacArthur Foundation (EMF) ist eine führende Organisation, die sich dafür einsetzt, die Transformation zur globalen Kreislaufwirtschaft zu beschleunigen und eine regenerative und restaurative Wirtschaft aufzubauen. Dabei arbeitet sie mit Unternehmen, Wissenschaft, Politik und Institutionen zusammen. Im Netzwerk der Stiftung tauschen wir uns aus und entwickeln gemeinsam neue Ideen. Beiersdorf unterstützt und berichtet nach den Kennzahlen des Global Commitment. Außerdem sind wir seit 2021 Netzwerkmitglied der EMF. Im Berichtsjahr haben wir uns im Bereich der Nachfülllösungen engagiert.

Um das globale Problem der Plastikverschmutzung anzugehen, haben die Ellen MacArthur Foundation und der WWF 2022 die „Business Coalition for a Global Plastics Treaty“ gegründet. Beiersdorf ist dem Bündnis als Unterstützer beigetreten. Das gemeinsame Ziel ist es, einen ehrgeizigen, wirksamen und rechtsverbindlichen UN-Vertrag zur Beendigung der Plastikverschmutzung zur Unterzeichnung zu bringen.

2022 ist Beiersdorf dem EcoBeautyScore Consortium beigetreten. Ziel dieser Initiative aus mehr als 70 Kosmetik- und Körperpflegeunternehmen sowie -verbänden ist es, einen leicht verständlichen, global geltenden Standard zu schaffen, der eine informierte Entscheidungsfindung für den nachhaltigen Konsum von Kosmetik- und Hautpflegeprodukten fördert. In diesem Berichtsjahr waren Mitarbeitende aus Forschung und Entwicklung, Corporate Sustainability sowie den Beiersdorf Shared Services an der Arbeit des Konsortiums beteiligt.

Auch über den Einfluss der direkten Geschäftstätigkeit hinaus will Beiersdorf neue Ideen im Bereich Kreislaufwirtschaft unterstützen. Deshalb hat sich das Unternehmen über seinen OSCAR&PAUL Venture Capital Fund am schweizerischen Start-up-Unternehmen DePoly beteiligt. DePoly entwickelt energieeffiziente und selektive chemische Recycling-Technologien für derzeit nicht wiederverwertbare Plastik- und Polyester-Abfallströme. Mit der Beteiligung unterstützt Beiersdorf die Entwicklung neuer Recyclinglösungen für Verpackungen in der Kosmetikindustrie.

Auf dem Greentech Festival in Berlin haben wir im Juni 2023 vor Politik, Unternehmen und interessierten Privatpersonen unsere Nachhaltigkeitsagenda, bisherige Fortschritte sowie zukünftige Chancen und Herausforderungen vorgestellt.

## Produktnachhaltigkeit

### tesa

#### Innovative Lösungen für mehr Nachhaltigkeit

Mit innovativen Produktlösungen wollen wir unseren Kund\*innen technologischen Fortschritt bieten und zugleich einen aktiven Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten. Dazu setzen wir bei unseren Produkten und Verpackungen vermehrt recycelte und nachwachsende Rohstoffe ein. Unser Ziel bis 2030 ist es, dass 70 % der Materialien für unsere Produkte und Verpackungen aus recycelten oder biobasierten Stoffen bestehen. Zudem wollen wir den Einsatz von Lösemitteln in der Produktion weiter

reduzieren und bis 2030 auf Lösemittel verzichten oder die Lösemittel vollständig wiedergewinnen. Neben der Produktentwicklung umfasst unser Verständnis von Produktnachhaltigkeit auch die Nutzungsphase bei unseren Kund\*innen.

Mit unserem „Project Sustainability Assessment“ haben wir bereits 2020 ein Instrument etabliert, mit dem wir Projekte im Bereich der Produkt- und Technologieentwicklung frühzeitig auf ihren Beitrag zur Nachhaltigkeit bewerten. Alle neuen Entwicklungsprojekte müssen das Assessment durchlaufen. Die Ergebnisse nutzen wir, um unser Entwicklungsportfolio weiter zu steuern.

Seit 2010 bieten wir unter der Submarke tesa ecoLogo unter anderem Kleberoller, Klebefilme, Packbänder, Klebestifte und Korrekturroller an, die aus überwiegend recycelten oder biobasierten Materialien hergestellt werden; auch die hierbei verwendeten Verpackungen sind überwiegend recycelt. Für dieses Sortiment wird bei der Herstellung zudem vollständig auf Lösungsmittel verzichtet. Das tesa ecoLogo Sortiment wird stetig durch neue Produkte ergänzt, wie im Berichtsjahr durch den neuen tesafilm® Eco & Crystal. Das Produkt setzt erstmalig eine Trägerfolie ein, die zu 90 % aus nach Endverbrauch wiederaufbereiteten („post-consumer recycled“ - PCR) PET-Material besteht. Dieser Anteil ist gemäß UL 2809 Environmental Claim Validation Procedure (ECVP) zertifiziert.

### Den gesamten Lebenszyklus im Blick

Zu den zentralen Ideen der Kreislaufwirtschaft gehören ein reduzierter Materialeinsatz, eine vermehrte Wiederverwendung und in letzter Instanz das Recycling. Wenn das Produkt oder einzelne Bestandteile recycelt oder weiterverwendet werden können, lassen sich damit an anderer Stelle wieder Ressourcen einsparen. Um dies zu erreichen, denken wir das Produktlebensende bereits in den frühen Entwicklungsstadien mit und investieren in weitere Forschung zu diesem Thema. Ein Fokus hierbei sind wieder lösbare Klebeverbindungen, die die Reparatur oder Wiederverwendung von verklebten Teilen erlauben.

Darüber hinaus analysieren wir, welchen CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck unsere Produkte hinterlassen. Dafür haben wir im Berichtszeitraum unsere Datenbanken, in der alle wesentlichen Rohstoffe und Verpackungen mit primären oder sekundären Emissionsfaktoren verknüpft werden, kontinuierlich erweitert. Zusätzlich arbeiten wir an der weiteren Standardisierung und Validierung unserer Methodik. Dazu kooperieren wir unter anderem mit dem Verband der europäischen Klebebandindustrie (AFERA), der eine branchenweit harmonisierte Berechnung des CO<sub>2</sub>e-Fußabdrucks unterstützt.

Wir stehen auch mit unseren Lieferanten im Austausch, um durch Primärdaten die Genauigkeit unserer Berechnungen zu verbessern. Die zusammengetragenen Daten verwenden wir neben der internen Steuerung und Bilanzierung auch für Kund\*inneninformationen. Im Berichtsjahr wurden zudem für verschiedene Produkte Lebenszyklusanalysen durchgeführt und von externen Partner\*innen validiert. So konnten wir CO<sub>2</sub>e-Einsparungen bestätigen lassen für beispielsweise das in Hinblick auf zertifizierte Rohstoffe und 40 % CO<sub>2</sub>e-Einsparungen (cradle-to-gate inkl. Aufnahme biogenen Kohlenstoffs) überarbeitete doppelseitige Klebeband tesa® 4965.

Die Ergebnisse unserer Analysen nutzen wir auch, um relevante Emissionsquellen entlang der Wertschöpfungskette zu erkennen und unsere Emissionen gezielt durch geeignete Maßnahmen zu reduzieren.

Unser Verständnis von Produktnachhaltigkeit geht aber noch darüber hinaus. Ob in der Industrie, der Elektronikbranche oder der Wind- und Solarenergie: Ausgewählte Produkte können unsere Kund\*innen beim effizienten Wirtschaften unterstützen und nachhaltige Technologien vorantreiben. So können unsere Klebelösungen ermöglichen, dass Produkte repariert oder wiederverwertet werden. Auf diese Weise können Kund\*innen ihr Abfallaufkommen reduzieren und Treibhausgasemissionen sparen.

## Papierprodukte aus zertifizierten Rohstoffen

Da wir für unsere Produkte und deren Verpackungen große Mengen Papier verwenden, achten wir auch hier auf Nachhaltigkeit und beziehen verstärkt Papier, das nach den Kriterien des Forest Stewardship Council® (FSC® C148769) zertifiziert ist. Die tesa SE ist seit 2019 FSC®-zertifiziert, ebenso wie unsere Produktionswerke in Suzhou, China, Concagno, Italien, Offenburg und Hamburg, Deutschland. Im Berichtsjahr wurden zudem acht europäische Vertriebsorganisationen zertifiziert.

Wir bringen außerdem neue Produkte mit FSC®-Zertifizierung auf den Markt - im Berichtsjahr ist die Anzahl der FSC®-zertifizierten Produkte auf 51 gestiegen.

## Erster Schritt zum Einsatz von massenbilanzierten Rohstoffen

Wir haben mit dem Werk in Hamburg unseren ersten Standort nach dem Standard ISCC PLUS („International Sustainability and Carbon Certification“) zertifizieren lassen. Wir nutzen also - zusätzlich zum Einsatz von recycelten oder direkt biobasierten Rohstoffen - auch einen (Bio-) Massenbilanzansatz. Gemäß dem ISCC-PLUS-Standard führen wir im Werk Hamburg unter Einhaltung einer zertifizierten und transparent nachvollziehbaren Produktkette („Chain-of-Custody“) gewisse Mengen an biobasierten Ausgangsstoffen, z. B. aus landwirtschaftlichen Abfällen, in den bisher fossilbasierten Produktionsprozess ein. Wir behalten damit Verfahren und Produkteigenschaften bei. Die Bilanzierung soll sicherstellen, dass die eingesetzten Mengen an nicht-fossilen Ausgangsstoffen über Lieferketten hinweg korrekt verbucht werden. Der Massenbilanzansatz soll ermöglichen, fossile Ausgangsstoffe zunehmend durch biobasierte zu ersetzen, CO<sub>2</sub>e-Emissionen einzusparen und unsere Produktion nachhaltig zu transformieren. Für unser Produkt tesa® 4965 haben wir die Klebmasse auf ISCC-zertifizierte, massenbilanzierte Rohstoffe umgestellt. Zusammen mit dem Einsatz einer recycelten Trägerfolie führte dies zu einer CO<sub>2</sub>e-Einsparung von 40 % gegenüber dem Vorgängerprodukt. Dies wurde extern bestätigt und verifiziert. Die Details sind in einem Kundenbericht offengelegt.

## Optimierte Verpackungen

Wir wollen Verpackungen über das Maß üblicher Optimierungen hinaus nachhaltiger gestalten. Das größte Potenzial zeigt sich derzeit bei Papier und Plastik. Bei faserbasierten Verpackungsmaterialien wie Papier und Kartonage ist es unser Ziel, bis 2025 eine Quote von 80 % FSC®-Zertifizierungen zu erreichen. Darüber hinaus wollen wir bis 2025 bei unseren Verpackungen 50 % weniger nicht recyceltes fossiles Plastik einsetzen (im Vergleich zu 2018). Im Berichtsjahr haben wir weitere Fortschritte in Richtung dieser Ziele verzeichnet. Im Werk Offenburg, Deutschland haben wir beispielsweise die eingesetzte Schrumpffolie aus Polyethylen (PE) auf 50 % PCR-Material umgestellt. Zudem wurden in den Werken Hamburg und Offenburg, Deutschland PE-Rollenverpackungsbeutel auf 80 % PCR-Material umgestellt sowie Folienschläuche auf 40 % PCR. In unserem Werk in Suzhou, China haben wir einen Kreislauf für Kunststoff-Endscheiben für den Rollentransport geschaffen, wobei die Endscheiben von unseren Kunden gesammelt, zurückgegeben und im Werk wieder eingesetzt werden.

## Nachhaltige Landnutzung

### Consumer

#### Nachhaltiger Anbau von Rohstoffen

Natürliche Ressourcen sind eine wichtige Basis für die Entwicklung unserer Produktformeln. Weder durch die Beschaffung noch durch die Verwendung dieser Rohstoffe wollen wir die Umwelt belasten oder schädigen. Unser Ziel lautet daher, unsere wichtigsten erneuerbaren Rohstoffe wie Palm(kern)öl-Derivate, Sojaöl und Primärpackmittel bis 2025 aus nachhaltigeren Quellen zu beziehen. Diese Hauptrohstoffe sollen bis 2025 außerdem entwaldungsfrei beschafft werden. Aus diesem Grund ist das Thema „nachhaltige Landnutzung“ als Fokusfeld ein fester Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsagenda.

Entsprechende Nachhaltigkeitsprogramme laufen seit 2010 für palmölbasierte Rohstoffe beziehungsweise 2018 für papierbasierte Verpackungen. Ähnliche Programme sind derzeit für Sojaöl zur Zertifizierung, Transparenz in der Lieferkette und entwaldungsfreien Beschaffung im Aufbau.

Im Juni 2023 ist die EU-Verordnung zur Vermeidung von Entwaldung (EU Deforestation Regulation – EUDR) in Kraft getreten. Sie verbietet die Einführung und den Vertrieb von Produkten in der EU, für deren Rohstoffe nach dem 31. Dezember 2020 Flächen entwaldet wurden. Um unternehmensinterne Prozesse an die Anforderungen dieses Gesetzes anzupassen, haben wir eine Task-Force ins Leben gerufen. Sie besteht aus Mitarbeitenden der Funktionen Einkauf, Nachhaltigkeit, Compliance, Recht sowie Forschung und Entwicklung (F&E) und ist für die Durchführung der umfassenden Sorgfaltspflicht verantwortlich. So wollen wir sicherstellen, dass unsere Hauptrohstoffe im Einklang mit der EUDR entwaldungsfrei beschafft werden.

Innerhalb von Beiersdorf kooperiert die Nachhaltigkeitsabteilung mit Kolleg\*innen aus verschiedenen Fachabteilungen wie Einkauf, F&E, Qualitätsmanagement und Supply Chain, um unsere Programme für nachhaltig zertifizierte Rohstoffe und Verpackungen weltweit umzusetzen. Der Sustainability Council wird regelmäßig über Fortschritte informiert und in Strategieworkshops mit einbezogen. Dieser Input ist wichtig, damit wir unsere Programme kontinuierlich weiterentwickeln und die Erreichung unserer Ziele überprüfen können.

### Palm(kern)öl-Derivate

Palm(kern)öl-Derivate sind ein wichtiger Rohstoff für unsere Kosmetik- und Körperpflegeprodukte; dabei handelt es sich um weiterverarbeitete Substanzen auf Basis von Palm(kern)öl. Aus diesem sowie anderen pflanzlichen oder mineralischen Ölen und entsprechenden Derivaten werden essenzielle Inhaltsstoffe wie Emulgatoren und Tenside hergestellt. Für die Produktion bezieht Beiersdorf das Öl der Ölpalme nicht direkt, sondern setzt dessen Derivate ein. Unser Gesamtbedarf an Palm(kern)öl-Derivaten lag 2023 bei rund 38.000 Tonnen.

Palm(kern)öl ist ein nachwachsender Rohstoff mit hoher Effizienz: Die Ölpalme hat im Vergleich zu anderen Pflanzen wie Kokos, Raps oder Sonnenblume einen fast fünfmal so hohen Flächenertrag.<sup>1</sup> Das macht den Anbau von Palmöl attraktiv, führt jedoch gleichzeitig oft zur Rodung von Regenwäldern. Unser Anliegen ist es, diese Entwaldung weltweit zu vermeiden.

Durch Zertifizierung, Transparenz und langfristige Veränderung wollen wir die ökologischen und sozialen Risiken entlang der Lieferkette von palm(kern)ölbasierten Rohstoffen identifizieren und minimieren. Unsere „Palm Sustainability Roadmap“ und unsere „Sustainable Palm Policy“ leiten uns weltweit bei unseren Aktivitäten für eine nachhaltigere Rohstoffbeschaffung. Wir setzen uns beispielsweise dafür ein, die Arbeitsbedingungen der im Anbau tätigen Personen vor Ort zu verbessern. Um unsere Ziele zu erreichen, verfolgen wir verschiedene Ansätze:

### Nachhaltige Zertifizierung

Unser Ziel, bis Ende 2020 100 % nachhaltig zertifiziertes Palm(kern)öl und dessen Derivate zu verwenden, haben wir erreicht: Wir setzen nur noch palmbasierte Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen nach dem „Mass Balancing“-Modell (Massenbilanzansatz) des „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO) in unseren Produkten ein.<sup>2</sup>

Gemäß diesem Modell können Produkte zertifiziert werden, in denen sowohl RSPO-zertifiziertes als auch nicht zertifiziertes Palmöl enthalten sind. Dabei muss gewährleistet werden, dass die verarbeitete Menge des RSPO-zertifizierten Palmöls der eingekauften Menge zertifizierten Palmöls entspricht. Diese Option ist insbesondere für die Nutzung von palm(kern)ölbasierten Derivaten relevant, da die Derivate-

<sup>1</sup> FONAP [www.forumpalmoel.org/home](http://www.forumpalmoel.org/home).

<sup>2</sup> Inklusive La Prairie und STOP THE WATER WHILE USING ME!

Lieferketten vielstufig und somit höchst komplex sind. Daher gibt es keine Infrastruktur für eine „RSPO Segregated“-Lieferkette, also eine Lieferkette, in der RSPO-zertifizierte und nicht zertifizierte Derivate getrennt gehandelt werden.

Wir arbeiten nun weiter auf unser Ziel hin, unsere Palm(kern)öl-Derivate bis 2025 entwaldungsfrei zu beschaffen. Um unseren Fortschritt zu messen, nutzen wir das Satellitenüberwachungsprogramm „Nusantara Atlas“. Auf Grundlage der dort im Sommer 2023 veröffentlichten Ergebnisse für das Jahr 2022 konnten wir verifizieren, dass etwa 63 % der palmbasierten Rohstoffmengen in unseren Palm(kern)öl-Mühlen in Indonesien und Malaysia entwaldungs- und umwandlungsfreien Ursprungs waren.

### Transparenz in der Lieferkette

Die Lieferkette von Derivaten umfasst eine Vielzahl verschiedener Parteien. Wir beziehen Palm(kern)öl nicht direkt, sondern erhalten dessen Derivate von Zulieferbetrieben. Daher haben wir nur einen begrenzten Einfluss auf die vorgelagerte Lieferkette.

Dennoch wollen wir die Herkunft unserer Rohstoffe bis auf die Ebene von Raffinerien, Mühlen und Plantagen zurückverfolgen können. Deshalb sind wir Gründungsmitglied der seit 2019 bestehenden branchenübergreifenden Initiative „Action for Sustainable Derivatives“ (ASD). Sie hat sich zum Ziel gesetzt, die Transparenz und Nachhaltigkeit der Lieferketten für Derivate zu erhöhen. Dafür kontaktiert die Initiative unsere direkten Lieferbetriebe und fragt unter anderem Informationen zu deren vorgelagerter Lieferkette und Palmöl-Volumina ab. So arbeitet sich die ASD durch die gesamte Palmöl-Lieferkette vor. Ziel der jährlichen Rückverfolgung unserer Rohstoffe ist es, die Transparenz in unserer Palm(kern)öl-Lieferkette zu steigern, „Hot Spots“ zu identifizieren und gezielt Projekte vor Ort zu unterstützen.

### Nachhaltige Veränderung in den Anbaugebieten

Wir engagieren uns direkt in den Palmöl-Anbaugebieten, um die lokalen Arbeits- und Lebensbedingungen von Produzenten mit kleinen und mittelgroßen Ölpalmplantagen langfristig zu verbessern sowie die Umwelt zu schützen. Unser Ziel ist es, gemeinsam mit den Produzenten am Umstieg auf eine nachhaltigere Bewirtschaftung der Plantagen ohne weitere Entwaldung hinzuarbeiten.

Seit Mitte 2018 arbeiten wir beispielsweise mit dem World Wide Fund for Nature (WWF) an einem Projekt in West-Kalimantan, Indonesien. Wir unterstützen insgesamt drei Dörfer mit einer Bevölkerung von rund 4.500 Einwohner\*innen. Dieses Projekt sieht vor, die Kleinbauern und Kleinbäuerinnen in nachhaltigeren Anbaupraktiken zu schulen und sie dabei zu unterstützen, ihre Anbauflächen rechtlich anerkennen zu lassen. Für eine effizientere Organisation des Wissenstransfers und eine gemeinsame Interessenvertretung haben wir die Gründung eines übergeordneten Verbands gefördert. 2022 wurde die erste Phase abgeschlossen und das Projekt um weitere vier Jahre verlängert. Die zweite Projektphase (Mitte 2022 bis 2026) sieht vor, mindestens 300 Mitglieder für den Farmerverband zu gewinnen und mindestens 200 Mitglieder des Verbands nach dem RSPO-Standard zu zertifizieren. Außerdem soll den Kleinbauern und Kleinbäuerinnen ein direkter Marktzugang zu einer Palmöl-Mühle ermöglicht werden. Unterstützt wird die zweite Projektphase zusätzlich von einem unserer Lieferanten, dem Spezialchemieunternehmen Evonik.

Seit 2020 unterstützen wir den WWF gemeinsam mit Evonik in einem zweiten Projekt bei der Umsetzung eines Landschaftsprojekts im malaysischen Sabah. Bis 2026 wird auf einer Fläche von 15.000 Hektar mit kleinen und mittelgroßen Produzenten daran gearbeitet, dass der Palmöl-Anbau dem RSPO-Standard entspricht. Weiterhin wird durch die Aufforstung eines Waldkorridors angestrebt, den zusammenhängenden Lebensraum für die Migration von Wildtieren wie Orang-Utans wieder herzustellen. Durch die Zusammenarbeit mit Gemeinden und Plantagenbetreibern wollen wir Konflikte zwischen Mensch und Tier entlang der Wanderrouten entschärfen.

Außerdem unterstützen wir im Konsortium mit 26 Partnern ein Projekt des Forums Nachhaltiges Palmöl (FONAP) in Sumatra, Indonesien. Das Projektgebiet gilt als eines der letzten Refugien für bedrohte Tierarten wie den Sumatra-Orang-Utan, den Sumatra-Tiger und den Sumatra-Elefanten. Wir wollen dazu beitragen, die Pufferzone um den Nationalpark herum zu erhalten. Erreicht werden soll dies über die Einrichtung eines nachhaltigen Landschaftsmanagements, den Aufbau eines Gewässermanagements zum Schutz von Fluss und Uferstreifen sowie die Gestaltung eines nachhaltigen Ölpalmenanbaus durch regenerative Landwirtschaft.

## Shea

Auch Sheabutter ist ein wichtiger Bestandteil in vielen unserer Produkte. Beiersdorf ist daher seit 2019 Mitglied der „Global Shea Alliance“ (GSA). Mit der GSA (Sitz in Accra, Ghana) und unseren Shea-Zulieferbetrieben arbeiten wir in den teils sehr armen ländlichen Regionen des sogenannten „Shea Belts“ - dem Hauptanbaugebiet in Afrika - zusammen. In enger Zusammenarbeit mit GSA und unserem Shea-Lieferanten AAK wollen wir über fünf Jahre hinweg insgesamt 10.000 Shea-Sammlerinnen in Ghana und Burkina Faso unterstützen. Frauen verantworten traditionell Ernte und Herstellung von Sheabutter. Die Shea-Sammlerinnen sichern mit der Produktion ihren Lebensunterhalt und stärken ihre Stellung in der Gesellschaft; die Organisation in Verbänden und Frauengruppen verbessert außerdem ihre Verhandlungssituation für den Handel am Weltmarkt. Um die Unabhängigkeit und Selbstständigkeit der Frauen langfristig zu fördern, bieten wir gemeinsam mit der GSA Schulungen zu Themen wie Gesundheit, Arbeitssicherheit und vor allem Produktionsnachhaltigkeit an. Bisher haben über 11.000 Frauen dieses Angebot wahrgenommen. Im Schulungsschwerpunkt Produktionsnachhaltigkeit erfahren die Shea-Sammlerinnen etwa, wie man energieeffizientere Kochherde aus lokalen Materialien wie Termitensand baut, um die Sheakerne vorzubehandeln. Durch die optimierte Bauweise wird weniger Holz benötigt und es entsteht weniger Rauch als bei sonst oft verwendeten Drei-Steine-Öfen. Die Frauen können die zwei Mal effizienteren Kochherde auch privat verwenden. Eine Umstellung kann sich - sowohl im wirtschaftlichen Handeln als auch privat - positiv auf die Gesundheit der Shea-Sammlerinnen auswirken und CO<sub>2</sub>e-Emissionen reduzieren.

Darüber hinaus wollen wir bis 2024 vor Ort 10.000 Sheabäume pflanzen. Auf diese Weise leisten wir einen Beitrag zum Kampf gegen den Klimawandel, denn die Bäume binden CO<sub>2</sub> und können dem Verlust von nutzbaren Flächen durch die Ausbreitung von Wüsten entgegenwirken. 2023 konnten wir dieses Ziel sogar übertreffen, denn insgesamt haben wir bis dahin mehr als 17.500 Setzlinge des Sheanussbaums in Ghana und Burkina Faso gepflanzt.

## Mica

Das Mineral Mica (auch bekannt als Glimmer) wird meist für einen dekorativen Effekt verwendet und kommt in unseren Hautpflegeprodukten von NIVEA und Eucerin sparsam zum Einsatz: Es macht mit 0,003 % einen sehr geringen Anteil unseres gesamten Rohstoffvolumens aus. Aufgrund seines natürlichen Ursprungs und geringerer potenzieller Umweltbelastung ist es Alternativen nicht natürlichen Ursprungs vorzuziehen. Allerdings wird Mica teilweise unter problematischen Bedingungen abgebaut. Deswegen sind wir in der Auswahl unserer Lieferanten besonders selektiv. Wir arbeiten ausschließlich mit Lieferanten, die Mitglied der „Responsible Mica Initiative“ (RMI) sind, zusammen. Die RMI ist ein Aktionsbündnis für den Aufbau einer fairen, verantwortungsvollen und nachhaltigen Mica-Lieferkette in Indien. Auch Beiersdorf ist 2023 der RMI beigetreten und unterstützt damit die Einhaltung ethischer Standards entlang der Mica-Lieferkette. Mit unserer Mitgliedschaft fördern wir zudem verschiedene Gemeinschaftsprojekte in den Bereichen (Kinder-)Schutz und Bildung, Ernährung und Gesundheit sowie staatliche Dienstleistungen in wichtigen Herkunftsländern wie Indien. Mit dem Blockchain-basierten Tool „Tilka!“ sorgen wir zusätzlich dafür, dass unsere Mica-Rohstoffe bis auf die Ebene der ersten Verarbeitungseinheiten transparent, rückverfolgbar und prüfbar dokumentiert sind.

## Papier

Für viele unserer Produktverpackungen setzen wir Papier oder Pappe ein. Auch diese natürliche Ressource möchten wir nachhaltig beschaffen. 2018 haben wir eine „Sustainable Paper and Cardboard Policy“ aufgesetzt. Darin setzten wir uns das Ziel, bis Ende 2020 weltweit 100 % recycelte oder nach dem FSC®-Standard als nachhaltig zertifizierte Primärpackmittel einzusetzen. Dieses Ziel hatten wir Ende 2020 erstmalig erreicht. Wir beziehen seitdem 100 % unserer Faltschachteln (beispielsweise als Umverpackung von Gesichtscremes), alle eingesetzten Blisterkarten (etwa die Pappverpackungsteile für Lippenpflegestifte) sowie alle beigegepackten Infozettel aus FSC®-zertifiziertem Material. Seit Sommer 2023 arbeiten wir eng mit externen Partner\*innen und unseren Lieferanten zusammen, um unsere Papier- und Pappprodukte genauer rückverfolgen zu können. Auch in Verbindung mit der EUDR wollen wir sicherstellen, dass alle unsere Materialien in Europa, die aus neuwertigem Papier oder Holz bestehen, nicht in Zusammenhang mit Entwaldung oder der Umwandlung von Wäldern stehen.

## Ressourceneffizienz

### tesa

Wir legen großen Wert auf einen effizienten Umgang mit Ressourcen. Wir fördern die Kreislaufwirtschaft und wollen Materialien einsetzen, die am Ende ihrer Lebensdauer im Kreislauf verbleiben oder anderweitig wiederverwertet werden können. Bei der Produktion von Waren lassen sich Abfälle bislang nicht vollkommen vermeiden. Unser Anspruch ist jedoch, sie wirksam zu reduzieren und damit natürliche Ressourcen zu schonen. Wir arbeiten daher daran, bei allen Beteiligten ein Bewusstsein für die Vermeidung von unnötigen Abfällen und für fachgerechtes Recycling zu schaffen.

Maßnahmen für mehr Ressourceneffizienz sind fester Bestandteil unseres betrieblichen Umweltschutzes. Darüber hinaus entwickeln wir unsere Umweltmanagementsysteme weiter und tauschen uns zu diesem Zweck mit externen Expert\*innen aus.

## Vermeidung und Wiederverwertung

Beim Management unserer Abfall- und Rohstoffe orientieren wir uns an der Abfallpyramide: Oberste Priorität haben Abfallvermeidung und -reduktion, gefolgt von verschiedenen Möglichkeiten der Wiederverwertung. Nur wenn es nicht vermeidbar ist, werden Abfälle der Beseitigung zugeführt. Unsere Werke verfolgen das strategische Ziel, bis 2025 keine Produktionsabfälle mehr über Deponien zu entsorgen („Zero Waste to Landfill“). Für sechs von sieben Werken haben wir diesen Status schon erreicht.

Um Materialien effizient zu nutzen und möglichst wiederzuverwerten, arbeiten unsere Werke daran, produktionsbedingte Rohstoffverluste zu minimieren. Das gilt ebenso für die Klebmassenherstellung wie für das Beschichten und Schneiden. Unter anderem wollen wir Anlagen, in denen Lösemittel eingesetzt werden, bis 2030 technisch aufrüsten. Ziel ist es, die Lösemittel am Ende des Prozesses vollständig zurückzugewinnen – und somit im Kreislauf zu halten.

Dank laufender Verbesserungen des Maschinenparks und der Fertigungsprozesse reduzieren wir darüber hinaus unsere Abfallmengen: Durch den 2022 am Standort in Hamburg eingeführten Recyclingprozess für Trennpapier haben wir dort im Berichtsjahr 4 Tonnen Trägermaterial wiederverwertet. Abfallmengen, die während des Produktionsprozesses entstehen, werden je nach Standort in verschiedenen Abfallfraktionen getrennt gesammelt und möglichst der stofflichen Verwertung zugeführt. Die Abfälle werden unter den Kategorien ungefährliche bzw. gefährliche Abfälle sowie Abfälle zur Beseitigung und zur Verwertung zusammengefasst und in dem jährlichen tesa Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Ungefährliche Abfälle und gefährliche, lösemittelhaltige Abfälle werden von tesa nahezu vollständig verwertet.

## Aktive Einbindung der Mitarbeitenden

Um weitere abfallsparende Maßnahmen zu entwickeln, nutzen wir das Know-how unserer Mitarbeitenden. Deshalb haben wir 2023 die erfolgreiche Kampagne „Einfälle statt Abfälle“ im tesa Werk Offenburg fortgeführt. Dahinter steht ein langfristiges Projekt, mit dem wir den Energie- und Ressourceneinsatz kontinuierlich reduzieren wollen. Beteiligt sind Mitarbeitende aus Produktion, Prozessentwicklung und Technik. In diesem Zuge finden regelmäßig Projektbesprechungen statt. Sie dienen dazu, die konkrete Umsetzung von Verbesserungspotenzialen abzustimmen und Best-Practice-Lösungen auszutauschen. Das Projekt umfasst außerdem Kommunikationsmaßnahmen, die Mitarbeitende für das Thema sensibilisieren sollen.

Insgesamt wurden im tesa Werk Offenburg 2023 20 Projekte zur Ressourceneffizienz umgesetzt. Mit den sechs größten Projekten konnten über 200.000 m<sup>2</sup> Abfall vermieden werden. Zudem haben wir durch die im Berichtszeitraum umgesetzten Projekte ca. 265.000 € eingespart.

## Wasser

Wasser ist die Grundlage allen Lebens. Die Wasserressourcen der Erde sind jedoch ungleichmäßig verteilt und durch verschiedene Einflüsse bedroht – etwa durch den Klimawandel, die steigende Bevölkerungszahl, Verschmutzung und Übernutzung. Manche Regionen sind besonders stark von Wasserknappheit betroffen. Zugleich werden die weltweiten Ressourcen an sauberem Trinkwasser insgesamt knapper. Vor diesem Hintergrund ist uns ein verantwortungsvoller Umgang mit Wasser besonders wichtig. Unser Anspruch ist es, den Wasserverbrauch und das Abwasseraufkommen in allen Unternehmensbereichen und Prozessen sowie entlang unserer Lieferketten so gering wie möglich zu halten.

### Wasserrisiken managen

Das World Resources Institute (WRI) stellt mit dem „Aqueduct Water Risk Atlas“ ein Datentool zur Verfügung, mit dem der Unternehmensbereich tesa jährlich eine Risikoanalyse für die Produktionsstandorte und die Hauptzentrale durchführt. Dabei werden verschiedene Aspekte berücksichtigt, zum Beispiel Wasservorkommen, Wasserqualität und Abwassermanagement. Zudem identifizieren wir Standorte, die ein erhöhtes Risiko für Wasserknappheit oder Wasserstress aufweisen.

Der Unternehmensbereich Consumer arbeitet mit dem „Water Risk Filter“ des WWF, um die mit seiner Geschäftstätigkeit verbundenen Wasserrisiken zu untersuchen, zu bewerten und darauf zu reagieren. Für noch ausführlichere Analysen befinden wir uns im Dialog mit dem WWF. Darüber hinaus erachten wir es als wichtig, nicht nur in unseren direkten Tätigkeitsbereichen, sondern in der gesamten Wertschöpfungskette verantwortungsvoll mit Wasser umzugehen. So hat Beiersdorf eine Rohstoffrisikoanalyse für Palmöl, Soja und Kokosnuss durchgeföhrt, um die Rolle von Wasserrisiken bei der Beschaffung der wichtigsten Inhaltsstoffe zu verstehen.

Im Rahmen des „Water Security Program“ von CDP legen die Unternehmensbereiche Consumer und tesa jährlich Informationen zum Wassermanagement offen. Im Berichtsjahr erreichte Consumer ein A-Rating (auf einer Skala von A bis D) für die im CDP-Wassersicherheitsfragebogen angegebenen Informationen. tesa erreichte das Rating B–. Im nächsten Jahr möchten wir unsere Bestrebungen fortsetzen und diese Ratings verbessern.

## Consumer

Im Bereich Consumer benötigen wir Wasser für die Herstellung unserer Produkte und es ist wesentlicher Bestandteil unserer Produktformeln. Außerdem wird Wasser von unseren Verbraucher\*innen bei der Nutzung unserer Produkte verwendet. Wir haben uns daher zum Ziel

gesetzt, verantwortungsbewusst mit der kostbaren Ressource umzugehen und eine nachhaltige Wassernutzung gezielt und konsequent zu fördern.

Das meiste Wasser verbrauchen wir an unseren Produktionsstandorten für unsere Produktformeln und im Produktionsprozess. Beiersdorf hat sich vorgenommen, den Wasserverbrauch in den Produktionsprozessen kontinuierlich zu minimieren. Bis 2025 möchten wir den Verbrauch pro produziertem Produkt um 25 % im Vergleich zum Basisjahr 2018 senken. Fachleute für Nachhaltigkeitsthemen und Technik setzen an jedem Standort gezielte Wasserspar- und -effizienzmaßnahmen um, die auf dieses Ziel ausgerichtet sind. Unsere Initiative „Sustainability In Manufacturing“ (SIM) und unsere „Global Water & Cleaning Community“ treiben diese Themen mit einem Bottom-up-Ansatz voran und zeichnen für die Koordination der Bestrebungen in den einzelnen Werken verantwortlich. Die Fortschritte werden überwacht und dem Sustainability Council sowie dem Supply-Chain-Führungsteam vierteljährlich gemeldet, um sicherzustellen, dass wir auf dem richtigen Weg bleiben.

Im Jahr 2023 reduzierte sich der Wasserverbrauch pro hergestelltem Produkt um 7 % im Vergleich zu 2018 (Basisjahr). Trotz unserer Bestrebungen und den von uns erzielten Fortschritten können externe Faktoren und unvorhergesehene Ereignisse dazu führen, dass sich geplante Projekte verspäten und wir unsere Wasserziele für 2025 nicht wie geplant in vollem Umfang erreichen. Dennoch halten wir an unseren Maßnahmen und Projekten, die auf unser Wasserreduktionsziel einwirken, fest.

Während wir weiterhin auf die Erreichung unserer Ziele für 2025 hinarbeiten, entwickeln wir gemeinsam mit dem WWF gleichzeitig eine ganzheitliche Wasserstrategie für die Zeit ab 2025. Im Rahmen einer dreijährigen strategischen Partnerschaft untersuchen wir Möglichkeiten eines regenerativen Einsatzes von Wasser. Dieser vorausschauende Ansatz soll aufbauend auf standortspezifischen Risikoanalysen genauer an die individuellen Umstände der Regionen, in denen wir aktiv sind, angepasst sein. So wollen wir sicherstellen, dass unsere Bestrebungen mit Blick auf die unterschiedlichen Anforderungen der lokalen Gemeinschaften und Umgebungen relevant und wirksam sind. Sämtliche Maßnahmen sollen Teil unseres holistischen Ansatzes sein, den Umgang mit Wasser in unserem Unternehmen und in der gesamten Wertschöpfungskette verantwortungsvoller zu gestalten.

### Nachhaltiges Wassermanagement in unseren Produktionsprozessen

Nachhaltiges Wassermanagement gehört zu den obersten Prioritäten bei der Erweiterung von Produktionsstandorten. Unsere globale SIM-Initiative leitet unsere Bestrebungen, innovative Wassermanagementlösungen in unsere Produktionsprozesse zu integrieren. Wir konzentrieren uns auf die Entwicklung von effektiven Lösungen zur Reduzierung der Wasserverluste und die Ermittlung von Wasserverbräuchen in relevanten Produktionsanlagen und neuen Methoden zur Aufbereitung von Abwasser, um dieses in den Produktionsprozessen erneut einsetzen zu können.

Besonders für verbrauchsintensive Reinigungsprozesse setzen wir auf moderne Anlagen und fortschrittliche Technologien. Abwässer werden – meist über werkseigene Reinigungsanlagen – mit effizienten technischen Verfahren gereinigt und anschließend zur Kühlung, zur Bewässerung oder für sanitäre Zwecke eingesetzt. Diese Maßnahmen werden im Rahmen der LEED-Zertifizierungen (siehe Kapitel „Klimaschutz“) unserer Produktionsstandorte umgesetzt. Auch scheinbar kleine Verbesserungen wie Modernisierungen im Bereich von Sanitäranlagen tragen zum nachhaltigen Wassermanagement bei. Um unser Wassermanagement kontinuierlich zu verbessern, stehen wir außerdem im Dialog mit Wasserzulieferbetrieben, lokalen Behörden sowie benachbarten Unternehmen. Die Gespräche sollen ein kollaboratives Miteinander fördern, das innovative und nachhaltige Wasserlösungen hervorbringt. Im Rahmen dieser Dialoge tauschen wir Ideen und Best Practices aus und stellen so einen effizienten und effektiven Wassereinsatz sicher. Zudem überprüfen wir unsere Produktionsstandorte regelmäßig auf Optimierungspotenziale in den Bereichen Wasserverbrauch und Abwasserreinigung.

## Neue Wasser-Roadmap

Im Jahr 2023 hat der Bereich Consumer seine ursprünglich im Jahr 2022 entwickelte Wasser-Roadmap verfeinert und geändert. Die SIM-Initiative ist dafür verantwortlich, durch den Einsatz von Maßnahmen auf Ebene unserer jeweiligen Produktionszentren entsprechende globale Ziele zu erreichen. Die Wasser-Roadmap beruht auf drei Säulen, in denen wir seit 2022 folgende Maßnahmen gestartet bzw. 2023 fortgeführt haben:

### 1. Prozessoptimierung und kontinuierliche Verbesserung

Über die Beiersdorf „Global Water & Cleaning Community“ tauschen sich die Wasserexpert\*innen in den Produktionswerken zu bewährten Praktiken aus und können voneinander lernen. Außerdem haben sie die Möglichkeit, Fortschritte mit dem SIM-Team zu besprechen. Wir suchen und testen mit der Unterstützung von Fachinstituten neue (digitale) Ansätze zur Reduzierung des Wasserverbrauchs in Aufbereitungsprozessen. Wir überprüfen regelmäßig mithilfe interner und externer Expert\*innen, ob unsere Anlagen den neuesten Standards entsprechen und wie wir Prozesse optimieren können. Dabei legen wir einen Fokus auf Kläranlagen, Wasseraufbereitungsanlagen und Reinigungsvorgänge. Daneben ziehen wir externes Fachwissen für Schulungen und Betriebsoptimierungen hinzu.

### 2. Neue Technologien zur Wasseraufbereitung

Außerdem führen wir neue Technologien zur Wasseraufbereitung ein, zum Beispiel die effiziente Umkehrosmose. 2023 haben wir die erste Filtrationseinheit in unserer Fabrik in Indien installiert. Wie die ersten Ergebnisse gezeigt haben, kann die Wasserintensität der Fabrik durch diese Maßnahme, die im 3. Quartal 2023 implementiert wurde, insgesamt um 30 % zurückgehen. Aufgrund der vielversprechenden Ergebnisse werden wir diese Reinigungseinheit und weitere Wasseraufbereitungs- und Prozesseffizienztechnologien in zehn anderen Fabriken testen.

### 3. Erforschung von zirkulärem Wassermanagement

Wir führen aktuell Studien hinsichtlich der Transformation der Wassersysteme unserer Anlagen nach dem Closed-Loop-Prinzip durch. Ziel ist die Maximierung der Wasserrückgewinnung und -wiederverwendung in unseren Produktionszentren. Erste Hochrechnungen zeigen: Das Einsparpotenzial beträgt je nach Standort und Messgrößen bis zu 70 %. Unsere Fabrik in Bangkok, Thailand führt eine technische Studie des Systems durch. Laut einer Vorstudie des Standorts Bangkok ist eine Reduzierung des Wasserverbrauchs zwischen 50 und 60 % möglich. In Kombination mit anderen effizienzsteigernden Projekten vor Ort könnte eine Einsparung von 75 % gegenüber dem Jahr 2020 erzielt werden. Weitere Projekte werden zukünftig in Silao, Mexiko und Tres Cantos, Spanien gestartet.

Unsere Wasser-Roadmap ist ein Beispiel dafür, wie wir in unseren Fabriken nach Möglichkeiten zur Innovation und Implementierung moderner Technologien suchen, die die übergreifenden Auswirkungen auf unsere Umwelt verringern können.

## tesa

### Richtlinien und Präventivmaßnahmen

Wir setzen uns für eine effiziente Wassernutzung ein, achten auf die Schonung von Wasserressourcen und auf eine angemessene Abwasseraufbereitung. An unseren Produktionsstandorten erheben wir jährlich Daten, etwa zu Wasserverbrauch und Abwassermengen. Wir entnehmen Wasser überwiegend der öffentlichen Trinkwasserversorgung und dem Grundwasser. Das Wasser in unseren Kühlkreisläufen wird mehrere Male wiederverwendet. Der Großteil des verwendeten Wassers wird als Abwasser in die Kanalisation oder als Oberflächenwasser eingeleitet.

Wir möchten das Risiko für Wasserquellen so weit wie möglich reduzieren. Deshalb ergreifen wir Präventionsmaßnahmen hinsichtlich potenzieller Unfallszenarien. Zum Beispiel dürfen wassergefährdende Flüssigkeiten nur auf Flächen ab- und umgefüllt oder gelagert werden, die mit geeigneten Auffangvorrichtungen versehen sind. Geräte zur Messung der Trübung und der Lösemittelkonzentration sollen sicherstellen, dass kein verschmutztes Oberflächenwasser in das Sielsystem eingeleitet wird. Sollten wassergefährdende Stoffe austreten, greifen Notfallpläne, die das genaue Vorgehen bestimmen. All diese Maßnahmen werden regelmäßig in unseren externen ISO-14001-Audits überprüft und sind Voraussetzung für ein erfolgreiches Auditergebnis.

## Arbeitnehmer\*innenbelange

Unsere Mitarbeitenden tragen maßgeblich zum nachhaltigen Erfolg unseres Unternehmens bei. Durch ihr Engagement und ihre fachliche Kompetenz sichern wir unsere Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft. Als Arbeitgeber wollen wir unseren Beschäftigten gute Rahmenbedingungen sowie vielfältige Möglichkeiten bieten, um persönlich zu wachsen und die Zukunft des Unternehmens mitzugestalten.

### Consumer

#### Aus- und Weiterbildung

In den letzten Jahren hat sich unsere Arbeitswelt grundlegend verändert; agile und dynamische Arbeitsweisen werden ebenso wie ein hohes Maß an Flexibilität und Lernbereitschaft immer wichtiger. Aus diesem Grund investieren wir kontinuierlich in die Qualifizierung und Entwicklung unserer Belegschaft und verfolgen damit die Idee einer „lernenden Organisation“. Auch das Schaffen von Beschäftigungsperspektiven für junge Menschen, etwa durch das Angebot von Ausbildungsplätzen oder eines Traineeprogramms, nehmen wir sehr ernst.

Nähere Informationen zum wesentlichen Thema Aus- und Weiterbildung sowie Wissen und Lernen finden sich im zusammengefassten Lagebericht im Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“.

#### Arbeitgeberattraktivität

Unser Ziel ist es, ein inklusives und motivierendes Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem alle Mitarbeitenden ihr volles Potenzial entfalten können. Dies können wir nicht allein erreichen, indem wir neue, hybride Arbeitsweisen fördern, sondern indem wir eine Kultur von Vertrauen, Befähigung und Gemeinschaft leben und unseren Purpose „Care Beyond Skin“ ernst nehmen.

Wir setzen auf das Prinzip von Partizipation und Teilhabe; ebenso auf das Mitarbeitendenerlebnis und das Mitarbeitendenengagement, also die emotionale Bindung unserer Mitarbeitenden an unser Unternehmen. Uns ist es wichtig, ein echtes Gefühl für die Stimmung bei Beiersdorf zu erhalten und zu erfahren, wie es um das Engagement bestellt ist. Aus diesem Grund führen wir regelmäßig globale Mitarbeitendenbefragungen durch.

Nähere Informationen zu den Ergebnissen unserer Engagement-Umfrage sowie zu weiteren HR-Themen finden sich im zusammengefassten Lagebericht im Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“.

#### Diversität und Inklusion

Als global agierendes Unternehmen sehen wir die Verankerung von Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion (Diversity, Equity and Inclusion, kurz DE&I) als echten Wettbewerbsvorteil. Wir sind davon überzeugt, dass Menschen motivierter, leistungsfähiger und zufriedener sind, wenn ihre unterschiedlichen Hintergründe, Erfahrungen und Kompetenzen wertgeschätzt werden und sie sich mit

ihrer Persönlichkeit und Individualität so einbringen können, wie sie sind. Daher wollen wir neben gerechten Chancen auch eine integrative Unternehmenskultur, in der sich alle dazugehörig fühlen, fordern und fördern – ganz unabhängig von Alter, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, körperlichen und geistigen Fähigkeiten, Religion und Weltanschauung, sexueller Orientierung sowie sozialer Herkunft.

Zu Beginn des Geschäftsjahres 2023 haben wir unsere im Jahr 2021 formulierte „Diversity & Inclusion Agenda“ neu ausgerichtet. Mit dieser neuen, mehrere Diversity-Dimensionen umfassenden globalen „DE&I Roadmap“ wollen wir Beiersdorf zukunftssicher machen und unsere klare Ambition festhalten: Wir wollen ein Top-Arbeitgeber für globale Talente werden, indem wir eine wahrhaft inklusive Unternehmenskultur etablieren. Dabei konzentrieren wir uns auf drei strategische Prioritäten, die im zusammengefassten Lagebericht im Kapitel „Menschen bei Beiersdorf“ näher vorgestellt werden. Dieses Kapitel umfasst zudem relevante Kennzahlen, etwa den Anteil an Frauen in Führungspositionen.

## tesa

### Aus- und Weiterbildung

Der Wettbewerb um Arbeitskräfte aus dem naturwissenschaftlichen und technischen Bereich nimmt innerhalb unserer Branche stetig zu. Die voranschreitende Digitalisierung und Internationalisierung verändern zudem die Arbeitsanforderungen und -methoden. Mit umfassenden Aus- und Weiterbildungsprogrammen stellen wir uns auf diese Herausforderungen ein. Denn hochqualifizierte, engagierte und leistungsorientierte Mitarbeitende sind für uns ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. Darüber hinaus tragen vielfältige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten dazu bei, dass Potenzialträger\*innen gerne und langfristig bei uns arbeiten. Die Förderung junger Talente soll es tesa ermöglichen neben den herkömmlichen Rekrutierungsmethoden, vielversprechende Nachwuchskräfte frühzeitig an das Unternehmen zu binden und gezielt auszubilden.

Der tesa Konzern bietet in den Produktionsstätten in Hamburg-Hausbruch und Offenburg eigenständige Ausbildungsprogramme an. Die Schwerpunkte liegen mit Ausbildungen als Chemikant\*in, Elektroniker\*in für Betriebstechnik, Industriemechaniker\*in, Maschinen- und Anlagenführer\*in sowie Mechatroniker\*in im technischen Bereich. Daneben gibt es duale Studiengänge und kaufmännische Berufsausbildungen in Kunststoff- und Elastomertechnik, Elektrotechnik sowie Fachinformatik für Systemintegration.

Zusätzlich wurde 2023 in der Unternehmenszentrale der tesa SE in Norderstedt ein Ausbildungsprogramm gestartet. Am 1. September 2023 haben dort zwölf dual Studierende begonnen. Dabei handelt es sich um fünf Master- und sieben Bachelor-Studierende in den Bereichen Wirtschaftsingenieurwesen, Data Science, Betriebswirtschaftslehre, Grüne Technologie und Elektrotechnik. Außerdem haben vier neue Kolleg\*innen ihre Ausbildung als Chemielaborant\*in begonnen. Für 2024 plant die tesa SE, erneut ein solches Ausbildungsprogramm aufzulegen.

Wir streben an, unsere Auszubildenden langfristig zu übernehmen. Dies spiegeln auch unsere Übernahmequoten wieder: 2023 haben wir in Hamburg-Hausbruch 54 % der Ausgelernten übernommen, in Offenburg waren es 100 %.

Damit unsere Mitarbeitenden ihre Potenziale erkennen und ausschöpfen können, bieten wir ihnen vielseitige fachliche wie persönliche Entwicklungsmöglichkeiten. Unsere Programme sind zielgruppen- und kompetenzorientiert und beinhalten beispielsweise Basisqualifizierungen für neue Beschäftigte. Alle Mitarbeitenden können sich über Präsenzs Schulungen und in Onlinetrainings weiterbilden, darunter in den Bereichen Compliance, Arbeitssicherheit, Vertrieb sowie Management und Führung. Darüber hinaus ergänzen Kurse der digitalen Lernplattform „LinkedIn Learning“ unser eigenes Angebot.

## Diversität und Chancengleichheit

Unterschiedliche Perspektiven helfen uns, die Bedürfnisse der Kund\*innen besser zu verstehen, und erhöhen zugleich den Innovationsgeist von tesa. Daher setzen wir uns für mehr Diversität und Chancengleichheit ein.

Bei der Besetzung neuer Stellen legen wir Wert darauf, Kolleg\*innen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen einzustellen. Die Quote der Beschäftigten mit einer nicht deutschen Staatsangehörigkeit stieg zwischen Dezember 2020 und Dezember 2023 um 5,3 Prozentpunkte auf 10,8 %. Diesen Trend wollen wir festigen und schreiben beispielsweise alle außertariflichen Stellen für bestimmte höhere Funktionen ausschließlich auf Englisch aus.

In den nächsten Jahren wollen wir uns noch stärker für die Gleichberechtigung der Geschlechter innerhalb der Belegschaft und in Führungspositionen einsetzen. Als Zielwert haben wir uns vorgenommen, in der tesa SE bis Mitte 2027 30 % der ersten Ebene unterhalb des Vorstands sowie 35 % der zweiten Ebene mit Frauen zu besetzen.

## Attraktives Arbeitsumfeld

Eine ansprechende Umgebung kann zum Wohlbefinden der Beschäftigten beitragen. Deshalb statten wir unsere Arbeitsplätze ergonomisch und zeitgemäß aus, beispielsweise mit höhenverstellbaren Schreibtischen und modernen Beleuchtungs- und Belüftungskonzepten. Daneben bieten wir den Mitarbeitenden in unserer Unternehmenszentrale in Norderstedt ein Gesundheitsmanagement. Das Gesundheitsmanagement umfasst Angebote wie Ergonomieberatung, Darmkrebsvorsorge, ein Fitnessstudio sowie Massagen. Auch eine betriebsärztliche Betreuung sowie interne und externe psychosoziale Beratung und Betreuung gehören dazu.

Darüber hinaus können unsere Beschäftigten in unserer Unternehmenszentrale in Norderstedt unter anderem einen Reinigungsservice wahrnehmen, regelmäßig Marktstände zur Versorgung mit regionalem Obst und Gemüse besuchen sowie verschiedene Mobilitätskonzepte nutzen. Zum Beispiel haben sie die Möglichkeit, E-Autos und E-Bikes an einer Ladestation mit Strom zu versorgen und Leihfahräder der Hamburger Initiative „Stadtrad“ an einer Station auf dem Gelände zu parken. Außerdem können die Beschäftigten Fahrräder über ein bezuschusstes Programm leasen.

## Arbeitssicherheit und Gesundheit

Für die Sicherheit am Arbeitsplatz und die Gesundheit unserer Mitarbeitenden trägt Beiersdorf eine große Verantwortung. Deshalb sehen wir die beiden Themen als eine ganzheitliche präventive Managementaufgabe. Es ist unser strategisches Ziel, die Zahl der Arbeitsunfälle und arbeitsbedingten Erkrankungen auf Null zu senken sowie körperliche und psychische Fehlbeanspruchungen bei der Arbeit zu vermeiden. Wir arbeiten mit unserem internen Managementsystem und überprüfen regelmäßig, ob wir die Arbeitsplätze in unserem Unternehmen noch sicherer und gesünder machen können.

Mit der „Accident Frequency Rate“ (AFR) dokumentieren wir alle Arbeitsunfälle, die zu mindestens einem Ausfalltag geführt haben. Im Bereich Consumer ist unsere Unfallhäufigkeit im Jahr 2023 auf 0,4 Unfälle pro Million Arbeitsstunden gesunken. Dies entspricht einer Reduktion der AFR um 28 % im Vergleich zum Vorjahr.<sup>1</sup> Wir freuen uns besonders darüber, dass es in 76 % unserer Fabriken zu keinem Unfall mit mehr als einem Ausfalltag kam. Bei tesa lag die AFR der dokumentierten Unfälle mit mindestens einem Ausfalltag bei den nach ISO 14001 zertifizierten Standorten im Berichtsjahr bei 2,7 pro Million Arbeitsstunden weltweit (2022: 3,6).

<sup>1</sup> Die AFR bezieht sich auf die eigenen Produktionsstandorte.

## Consumer

Angetrieben von unserem Unternehmenszweck „Care Beyond Skin“ und geleitet von unseren Grundwerten setzen wir uns dafür ein, mögliche Sicherheitsrisiken und -vorfälle zu reduzieren. Unsere globalen und lokalen Sicherheitsabteilungen und die Führungsteams sind gemeinsam für das Sicherheitsmanagement am Arbeitsplatz verantwortlich. Gleichzeitig erwarten wir aber auch von allen Mitarbeitenden an unseren Standorten, dass sie ihren Beitrag dazu leisten.

Unsere Strategie für Sicherheit und Gesundheitsschutz gilt weltweit. Sie enthält die wichtigsten Maßnahmen und Programme und dient unseren Standorten als Grundlage für die Entwicklung ihrer lokalen Umsetzungspläne und Maßnahmen. Wir überwachen den Fortschritt dieser Maßnahmen anhand von Indikatoren auf globaler Ebene.

In unserem Streben nach ständiger Verbesserung haben wir uns auf die Reduzierung der Hauptrisiken in den Bereichen Ausrutschen, Stolpern, Stürzen, Gabelstapler- und Maschinenbetrieb konzentriert. Seit 2023 erweitern wir den Fokus auf Prozesssicherheit.

## Managementsysteme

Unser weltweites Sicherheitsmanagementsystem und die zugrunde liegende Strategie haben wir 2023 mit der Unterstützung externer Fachleute überprüft. An unserem Produktionsstandort in Itatiba, Brasilien haben wir ein Pilotprojekt zur Prozesssicherheit gestartet und an unseren Standorten in Malang, Indonesien und Hamburg wurden sogenannte „Hazard and Operability“ (HAZOP)-Analysen durchgeführt. Mithilfe von HAZOP-Analysen können Risiken im Produktionsprozess identifiziert und Maßnahmen definiert werden, mit denen sich diese Risiken eliminieren, mindern oder kontrollieren lassen. Darüber hinaus sind fahrerlose Transportfahrzeuge an unserem Standort Tres Cantos, Spanien im Einsatz und werden derzeit in unserem Werk in Leipzig eingeführt. Machbarkeitsstudien mit Blick auf eine mögliche Minderung von Risiken im Zusammenhang mit Transport- und Verladegeräten laufen derzeit an mehreren weiteren Standorten.

Um ein robustes Gesundheits- und Sicherheitsmanagementsystem zu gewährleisten, das eine kontinuierliche Verbesserung ermöglicht, führen wir alle drei Jahre an jedem Standort externe Audits durch. Diese basieren auf unserem internen Umwelt-, Sicherheits- und Sicherheitsmanagement-Auditsystem (ESMAS) (s. Kapitel „Achtung der Menschenrechte“). ESMAS ist an die beiden international anerkannten Normen ISO 14001 (Umweltmanagementsysteme) und ISO 45001 (Managementsysteme für Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz) angelehnt. Im Jahr 2023 fanden externe Audits entsprechend unserem übergeordneten Auditsystems und unter Berücksichtigung der vorgegebenen Frequenz an unseren Produktionsstandorten in Posen, Polen, Tres Cantos, Spanien und Nairobi, Kenia statt.

## Die nächsten Schritte

Wir setzen die Umsetzung unserer Strategie fort und bauen die Programme weiter aus, die unser Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystem stärken. 2024 werden wir uns weiterhin darauf konzentrieren, die Anzahl der mit den Hauptrisiken unserer Betriebe in Verbindung stehenden Unfälle zu reduzieren. Gleichzeitig werden wir die Lehren aus unserem Pilotprojekt in Itatiba, Brasilien ziehen und die weltweiten Standards für Prozesssicherheit verbessern und weiterentwickeln. Wir werden darüber hinaus interne Audits durchführen, die auf die Überprüfung der Einhaltung unserer internen und externen Standards ausgelegt werden.

## tesa

Arbeitssicherheit und ein betriebliches Gesundheitsmanagement sind seit jeher feste Bestandteile von tesa. Die Grundlage unseres internen Managementsystems im Bereich Arbeitssicherheit bildet neben den gesetzlichen Vorschriften unsere im Jahr 2022 verabschiedete, konzernweit gültige Arbeitsschutzpolitik („tesa Policy on Occupational Safety and Health“). Gegenstand dieser sind sechs Leitthemen: Krisen- und Notfallmanagement, Gesundheitsfürsorge, Risikobeurteilung und -bewertung, Unfallprävention, Brand- und Explosionsschutz sowie Anlagensicherheit. Die Arbeitsschutzpolitik wird durch unternehmensinterne Vorschriften und spezifische Betriebsanweisungen weiter konkretisiert. Sie legen zum Beispiel fest, dass Mitarbeitende in regelmäßigen Abständen mit Unterweisungen und Schulungen über Sicherheitsrisiken und Gefährdungspotenziale informiert und für diese sensibilisiert werden. Dies soll sie in die Lage versetzen, durch richtiges und eigenverantwortliches Verhalten Unfällen und Gesundheitsgefahren vorzubeugen.

Die Arbeitsschutzpolitik gilt auch für Subunternehmen, die in unseren Betriebsstätten Aufgaben übernehmen. In den jeweiligen Arbeitsschutzausschüssen und im jährlichen Management-Review bewertet die Unternehmensführung gemeinsam mit dem Bereich Arbeitssicherheit das Unfallgeschehen des jeweiligen Jahres. Auf dieser Grundlage werden vom Management neue Maßnahmen initiiert, um die Sicherheit der Mitarbeitenden weiter zu verbessern und arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren zu reduzieren.

### Arbeitsschutz mit System

Im Rahmen unseres Arbeitsschutzmanagements legen wir den Fokus auf die ISO-14001-zertifizierten Produktionsstandorte – denn dort besteht im Vergleich zu unseren Bürostandorten das größere Unfallrisiko und ein erhöhtes Risiko für gesundheitliche Beeinträchtigungen. In unserer Nachhaltigkeitsagenda haben wir eine anspruchsvolle Roadmap festgelegt: Bis 2025 sollen alle tesa Standorte, die bereits über ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 verfügen, auch eine Zertifizierung nach ISO 45001 im Arbeitsschutz erreichen. Zum Jahresende 2023 sind bereits fünf von sieben Standorten in beiden Systemen zertifiziert.

2023 haben der Hauptsitz der tesa SE und das Werk tesa Manufacturing Hamburg das Zertifikat nach der Arbeitsschutznorm DIN ISO 45001 erlangt. Damit haben wir einen weiteren Schritt für den Arbeitsschutz bei tesa erreicht. Die Zertifizierung belegt, dass der Arbeitsschutz systematisch in die Führungsverantwortung des jeweiligen Standorts integriert wurde.

Darüber hinaus haben wir den „Global Operations Safety Manager“ als neue Leitungsfunktion eingerichtet. Diese Funktion hat unter anderem die Aufgabe, den internationalen Austausch der jeweiligen Sicherheitsfachkräfte der Standorte untereinander zu fördern. Bei jährlich stattfindenden Meetings des „Global Operational Safety Teams“ diskutieren die Sicherheitsfachkräfte die wesentlichen Arbeitssicherheits- und Gesundheitsrisiken. Außerdem initiieren sie in diesem Rahmen gemeinsame Projekte, legen Standards fest und tauschen sich über Erfolge und ihre Erfahrungen aus. Dieses Vorgehen trägt dazu bei, die Unfallprävention bei tesa kontinuierlich zu verbessern. Anlassbezogen finden Gefährdungsbeurteilungen bei tesa statt. Sie bilden die Grundlage dafür, Arbeitsmittel, -stoffe, -verfahren, -plätze und -abläufe so auszuwählen oder zu gestalten, dass technische und organisatorische Mängel vermieden werden und Mitarbeitende sich sicherheits- und gesundheitsgerecht verhalten können. Aber auch Veränderungen an Maschinen, Anlagen oder Arbeitsräumen sowie Neuanschaffungen und Prozessanpassungen können Einfluss auf die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden haben. Schon bei der Beschaffung und Inbetriebnahme von Anlagen erfolgen sicherheitstechnische Abnahmen sowie eine systematische Gefahrenermittlung und Risikobewertung unter Einbeziehung von fachkundigen Mitarbeitenden.

Erkennen wir in diesem Zusammenhang ein Sicherheitsrisiko, ergreifen wir geeignete Vermeidungs- oder Korrekturmaßnahmen. In Arbeitsschutzausschüssen diskutieren Sicherheitsfachkräfte, Belegschaftsvertreter\*innen sowie die Geschäftsleitung wesentliche Ergebnisse der Gefährdungsbeurteilungen und definieren adäquate Maßnahmen. Darüber hinaus finden regelmäßige Begehungen und Evaluierungen statt. Die auf diese Weise gewonnenen Erkenntnisse beziehen wir mit ein. Wenn nötig, legen wir weitere Maßnahmen fest und aktualisieren die relevanten Sicherheits- und Gesundheitsschutzdokumente.

Auch der Umgang mit Gefahrenstoffen ist detailliert geregelt. Der Fachbereich Arbeitssicherheit gestaltet dazu gemeinsam mit dem Bereich Corporate Regulatory Affairs sowie den Verantwortlichen aus Forschung & Entwicklung und der Produktion die für tesa spezifischen Prozesse zu Handhabung, Kennzeichnung, Lagerung und Transport von gefährlichen Substanzen. Mitarbeitende, die mit bestimmten gefährlichen Substanzen arbeiten, erhalten regelmäßig Gesundheitsuntersuchungen. Darüber hinaus werden Anlagen und Arbeitsplätze in regelmäßigen Abständen auf ihre Sicherheit und auf Emissionsquellen überprüft. Das Vorgehen bei einem Unfall mit Gefahrstoffen ist im Notfallmanagement geregelt.

### Präventionsmaßnahmen

2023 konzentrierten wir uns weiter auf den Brandschutz. So fanden Evakuierungs- und Feuerlöschtrainings für die Brandschutzhelfer\*innen in den Werken statt. Daneben gab es im tesa Headquarter eine Feuerlösch-Übungsaktion. Dort konnten sich die Beschäftigten unter Anleitung einer Fachperson mit Brandschutz im Betrieb und dem richtigen Verhalten im Falle eines Feuers vertraut machen.

Am Standort Norderstedt wurden 2023 Führungskräfte des Forschungs- und Entwicklungsbereichs hinsichtlich ihrer Aufgaben und Verantwortungen im Arbeitsschutz geschult. Damit erhielten die Führungskräfte die Möglichkeit, sich über Neuerungen zu informieren und sich zum Thema Arbeitssicherheit auszutauschen.

Am Standort der tesa Manufacturing Hamburg GmbH haben wir 2023 einen Arbeitsschutz- und Gesundheitstag durchgeführt. Dabei erhielten alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich über persönliche Schutzausrüstung, Lärmbelastung sowie das Erkennen von Einzugsstellen und deren Sicherung zu informieren. Außerdem konnten die Beschäftigten eine Darmkrebsvorsorge beanspruchen sowie an einem Venenscreening und einer Impfberatung teilnehmen.

In den Jahren 2024/2025 werden wir gemäß unserer Roadmap zum Arbeitsschutzmanagementsystem an den Standorten tesa Werk Offenburg, tesa Werk Hamburg und tesa Site Sparta die ISO-45001-Zertifizierungen umsetzen.

## Sozialbelange

### Consumer

### Gesellschaftliches Engagement

Als global agierendes Unternehmen betrachten wir es als unsere Verpflichtung, Verantwortung für unser Umfeld zu übernehmen und die Situation unserer Mitmenschen nachhaltig positiv zu beeinflussen. Mit unserem Unternehmens-Purpose „Care Beyond Skin“ drücken wir unser Selbstverständnis und unsere Ambition aus, auch jenseits unseres Kerngeschäfts unseren Beitrag zu einem besseren gesellschaftlichen Miteinander zu leisten.

Dafür arbeitet unser globales Social-Commitments-Team mit Kolleg\*innen der einzelnen Ländergesellschaften zusammen, die die globalen strategischen Vorgaben an den Bedingungen vor Ort ausrichten und umsetzen. Am Beiersdorf Headquarter kooperieren wir zudem mit Kolleg\*innen aus verschiedenen Fachabteilungen wie Marketing, der Rechtsabteilung, dem Controlling, Corporate Communications oder Medical Management. Seit 2013 evaluieren wir jährlich die von uns auf der ganzen Welt unterstützten Projekte. Die Projektverantwortlichen in unseren Ländergesellschaften sammeln alle relevanten Daten, die wir zur globalen Analyse unserer Aktivitäten zusammenführen. Die Analyseergebnisse stellen dabei nicht nur eine wichtige Informationsbasis für die interne Steuerung dar, sondern sind auch ein integraler Bestandteil unserer Bestrebungen für eine transparente Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Da wir die Vision einer inklusiven Gesellschaft verfolgen, konzentrieren wir uns mit unserem Engagement vor allem auf Menschen, die von sozialer Ungleichheit, Ausgrenzung und Isolation betroffen sind. Wir unterstützen lokal relevante Initiativen, die die körperliche und seelische Gesundheit, das Zugehörigkeitsgefühl und die Teilhabe aller Mitglieder der Gesellschaft stärken und fördern sollen. Damit möchten wir einen Beitrag zur Förderung des gesellschaftlichen Miteinanders leisten.

Unser Engagement findet im Bereich Consumer sowohl auf Unternehmensebene als auch auf der Ebene einzelner Marken statt und geht dabei über unsere eigene Wertschöpfungskette hinaus. Weltweit liegt der Fokus unseres Unternehmensengagements auf der Stärkung von Mädchen und der Katastrophenhilfe. Außerdem unterstützen einzelne Marken gezielt in Bereichen, die auf die jeweilige Markenidentität und Markenkompetenz ausgerichtet sind, wobei die sozialen Bedürfnisse und Anliegen der Menschen vor Ort berücksichtigt werden.

Wir beziehen unsere Konsument\*innen in unser Markenengagement mit ein. So informieren wir sie über die Internetauftritte unseres Unternehmens und unserer Marken beispielsweise fortlaufend und transparent über unsere sozialen Initiativen und wollen so ein öffentliches Bewusstsein für gesellschaftliche Schlüsselthemen schaffen.

## Engagement auf Unternehmensebene

### **Stärkung von Mädchen - während der COVID-19-Pandemie und darüber hinaus**

Im Jahr 2023 haben wir das COVID-19-Hilfsprogramm fortgeführt, für das Beiersdorf Consumer bereits 2020 auf globaler Ebene Partnerschaften initiiert hatte. Das Programm sollte Menschen in den Epizentren der Pandemie unterstützen, insbesondere in Regionen und Ländern mit schwachen Gesundheitssystemen und mangelnder Infrastruktur.

Beiersdorf hat langfristige Partnerschaften aufgebaut, die über reine Nothilfe hinausgehen. Sie sollen mittel- bis langfristige sozioökonomische Auswirkungen der COVID-19-Pandemie abschwächen, insbesondere für Mädchen und junge Frauen. Während der Pandemie übten Mädchen und junge Frauen häufiger Tätigkeiten aus, bei denen sie einem höheren Risiko ausgesetzt waren, sich mit COVID-19 zu infizieren - zum Beispiel im (häuslichen) Pflegebereich und Gesundheitswesen. In Krisenzeiten sind Mädchen und junge Frauen darüber hinaus häufig mit einem erhöhten Risiko konfrontiert, sexualisierte Gewalt zu erleben, gegen ihren Willen verheiratet zu werden oder dauerhaft die Schule verlassen zu müssen. Daher bildet die Stärkung von Mädchen einen besonderen Schwerpunkt unseres COVID-19-Hilfsprogramms.

Um so wirksam wie möglich unterstützen zu können, setzen wir auf unsere langjährigen Partnerschaften mit den internationalen Non-Profit-Organisationen Plan International und CARE. Sie verfügen über das für die Umsetzung erforderliche Fachwissen und können auf etablierte und stabile Netzwerke vor Ort zurückgreifen. Darüber hinaus besitzen sie langjährige Erfahrung in der Wirkungsmessung, womit für unsere sozialen Initiativen ein evidenzbasierter Ansatz gewährleistet ist.

Da die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie nach wie vor spürbar sind, wurden unsere Projekte mit Plan International in Brasilien, Kolumbien, Ghana und Nigeria sowie mit CARE in Äthiopien und Kenia verlängert. Mit Plan International wurden zudem weitere Projekte auf den Philippinen und in Vietnam gestartet. Diese zielen darauf ab, die langfristigen Auswirkungen der Pandemie auf Mädchen und junge Frauen durch Maßnahmen in den Bereichen Bildung, Schutz, Gesundheitsleistungen und Einkommen abzumildern.

2021 setzte sich Beiersdorf zum Ziel, bis 2023 über 300.000 Menschen mit den Projekten zur Stärkung von Mädchen direkt zu erreichen. Mit 405.043 direkt Begünstigten haben wir dieses Ziel übertroffen. Direkt Begünstigte bezeichnet in diesem Zusammenhang Menschen, die mit mindestens einer Projektmaßnahme direkt erreicht wurden. Im Sinne eines holistischen, systemischen Ansatzes, der auf eine gesamtgesellschaftliche Veränderung zielt, können Menschen jedes Geschlechts und Alters im Projektgebiet zu den direkt Begünstigten zählen. Nur unter Einbeziehung verschiedener Mitglieder einer Gemeinschaft kann eine nachhaltige Wirkung auf Einzelne - in diesem Fall Mädchen und junge Frauen - erzielt werden.

In Partnerschaft mit Plan International arbeitet Beiersdorf an der Stärkung der Rechte von Mädchen auf Zugang zu Bildung und an der Vorbeugung geschlechtsspezifischer Gewalt. So wurden zum Beispiel im Rahmen der ersten Projektphase<sup>1</sup> in Kolumbien mehr als 4.000 Mädchen und junge Frauen mit Hygieneartikeln versorgt sowie Informationen und Workshops zu Menstruationsgesundheit, Hygiene und COVID-19 bereitgestellt bzw. abgehalten. Die erste Phase dieser Projekte lief jeweils über zwei Jahre ab Oktober 2020 (Lateinamerika) bzw. Februar 2021 (Afrika).

Insgesamt wurden in den Projekten mit Plan International 87.102 Menschen erreicht.<sup>1</sup>

In Partnerschaft mit CARE setzt sich Beiersdorf dafür ein, dass Mädchen und junge Frauen Informationen über COVID-19 sowie Zugang zu einer angemessenen Gesundheitsversorgung erhalten. Außerdem sollen mit unseren gemeinsamen Projekten die sozioökonomischen Konsequenzen für diese besonders schutzbedürftigen Gruppen abgemildert und ihre wirtschaftlichen Lebensgrundlagen gestärkt werden. Der geografische Fokus lag während der ersten Phase auf Äthiopien, Kenia, Somalia und dem Sudan. In Kenia haben beispielsweise 3.472 Mädchen und Frauen (darunter 145 minderjährige Teilnehmerinnen) während des Projektzeitraums an einer Schulung zu Finanzwissen teilgenommen und dabei verschiedene Arten von Investitionen und Risikomanagement kennengelernt. Beim Projektabschlussinterview führten 95 % der Teilnehmerinnen ihr verbessertes Sparverhalten auf die Schulung zurück. Die erste Phase dieser Projekte lief jeweils über zwei Jahre ab Januar 2021.

Insgesamt wurden in den Projekten mit CARE 317.941 Menschen erreicht.<sup>2</sup>

Darüber hinaus kooperiert Beiersdorf mit Ashoka, dem weltweit größten Netzwerk von Sozialunternehmer\*innen. Im Oktober 2021 startete eine einjährige Initiative im Bereich der sozialen Innovation, die im Dezember 2022 um ein weiteres Jahr verlängert wurde. Gemeinsam mit Ashoka hat Beiersdorf im Jahr 2023 weitere Stipendien an sieben führende Sozialunternehmerinnen aus Portugal, Deutschland, dem Vereinigten Königreich, Polen, Italien und der Schweiz vergeben, deren Projekte sich der Stärkung von Mädchen und Frauen widmen. Vier der Sozialunternehmerinnen wurden bereits in 2022 gefördert, drei weitere haben im Berichtsjahr erstmalig von Beiersdorf Unterstützung erhalten.

Außerdem hat Beiersdorf im Rahmen des COVID-19-Hilfsprogramms unter dem Namen „Women in Circularity“ die Förderung von Sozialunternehmen im Bereich des Plastik-Recyclings begonnen. Die Initiative verfolgt zwei Ziele: Vor dem Hintergrund des erhöhten Plastikmüll-Aufkommens infolge der

<sup>1</sup> Projektzeiträume in der ersten Phase: Plan International Lateinamerika: 1. Oktober 2020 - 31. Dezember 2022 (inklusive einer dreimonatigen Verlängerung zum Abschluss von Maßnahmen); Plan International Afrika: 1. Februar 2021 - 31. Januar 2023; CARE Afrika: 1. Januar 2021 - 31. Dezember 2022.

<sup>2</sup> Hinweis: In Kenia wurde für die Ermittlung der finalen Begünstigten einer Maßnahme eine hochgerechnete Zahl verwendet, um mögliche Doppelzählungen auszuschließen.

COVID-19 Pandemie sollen zum einen die Kapazitäten von Recycling-Organisationen in Argentinien, Ghana, Indien und Kenia erweitert werden; zum anderen gilt es, die überwiegend weiblichen Beschäftigten durch Ausbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten zu stärken.

### **Digitale psychologische Unterstützung für Menschen mit Hauterkrankungen - Forschung**

Im Jahr 2021 startete Beiersdorf gemeinsam mit der Universität Cardiff eine dreijährige psychologische Studie. Die Universität wertet die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und ähnlicher Krisen auf das Wohlbefinden von Menschen mit Hauterkrankungen aus. Dabei soll unter anderem beurteilt werden, wie sich negative Auswirkungen durch digitale Unterstützungstools mildern lassen. Auf den laufenden Erkenntnissen aufbauend ging das Projekt im Berichtsjahr in seine letzte Phase, in der eine Smartphone-App entwickelt wird, über die Menschen mit Hauterkrankungen motivierende und psychologische Unterstützung zuteilwerden soll, um ihr Wohlbefinden zu verbessern oder zu erhalten. Die App kombiniert dabei psychologische Unterstützung mit informativen Inhalten und der Unterstützung durch weitere Betroffene.

### **Katastrophenhilfe - Spenden**

In Syrien, der Türkei und Marokko kam es 2023 zu verheerenden Naturkatastrophen. Beiersdorf spendete daraufhin insgesamt 1 Mio. € an das Deutsche Rote Kreuz (DRK) für Soforthilfemaßnahmen.<sup>3</sup>

### **Engagement auf Markenebene**

Infolge der Überarbeitung der sozialen Mission von NIVEA hat die Marke entschieden, ihren sozialen Fokus zu stärken und dabei soziale Bedürfnisse von globaler Relevanz zu berücksichtigen. Die Marke wird ihre neuen sozialen Engagements 2024 zusammen mit einem neuen ambitionierten Ziel bekannt geben. Die im Jahr 2021 angekündigten Ziele werden daher nicht mehr verfolgt. Ursprünglich sollten die „Human Touch“-Projekte der Marke bis 2025 einen positiven Einfluss auf die individuelle Gesundheit und das Wohlbefinden von mehr als 150.000 Menschen haben, unterlegt mit einem finanziellen Engagement von insgesamt 20 Mio. €.

Eucerin und die Healthcare-Marken setzten ihre eigenen globalen sozialen Missionen 2023 weiter fort.

Eucerin engagiert sich für die Förderung der sozialen Inklusion von Menschen, die von Hautkrankheiten betroffen sind. In den Projekten geht es darum, soziale Ausgrenzung und Stigmatisierung zu verringern und die Teilhabe der Menschen an der Gesellschaft zu verbessern. Stigmatisierung von Menschen mit Hauterkrankungen wurde im Berichtsjahr durch eine von Eucerin zusammen mit Dermatolog\*innen durchgeführte Studie zu Pickelmalen<sup>4</sup> untersucht. Die im British Journal of Dermatology veröffentlichte Studie zeigt, dass Menschen mit Pickelmalen im Vergleich zu Personen ohne Hautproblem häufiger als weniger selbstbewusst, erfolgreich und glücklich beschrieben wurden.

In Kanada arbeitet die Marke mit der Organisation Camp Liberté zusammen, die Sommercamps für Kinder mit Hauterkrankungen organisiert. Die Aktivitäten sind auf die besonderen Bedürfnisse der Kinder zugeschnitten und gestatten ihnen so, neue Fähigkeiten zu erlernen und in einer sicheren Umgebung unter Betroffenen Selbstbewusstsein aufzubauen. Ende 2023 erreichte Eucerin das Ziel, lokale soziale Projekte in 15 Ländern umzusetzen. Dabei sind zwei Länder noch im ersten Umsetzungsschritt, der Vorbereitung der Maßnahmen mit den Patient\*innen. Die laufenden Projekte werden 2024 fortgeführt und Eucerin plant die Umsetzung zusätzlicher Projekte zur Förderung der sozialen Inklusion von Menschen mit Hauterkrankungen in weiteren Ländern.

<sup>3</sup> 500.000 € wurden für die Katastrophenhilfe in Syrien und in der Türkei gespendet und 500.000 € für die Katastrophenhilfe in Marokko.

<sup>4</sup> Barbara Schuster, Julia Gallinger, Wolfgang G Philipp-Dormston, Matthäus Vasel, Alison M Layton, Less confident, successful and happy: patients with post-acne hyperpigmentation are stigmatized, British Journal of Dermatology, Volume 188, Issue 5, May 2023, Pages 682-684, <https://doi.org/10.1093/bjd/ljad026>

Die Healthcare-Marken Hansaplast, Elastoplast und CURITAS arbeiten weiter an ihrer im Jahr 2022 ins Leben gerufenen weltweiten sozialen Mission, bis 2025 insgesamt 200.000 Kinder in Erster Hilfe und zum Thema Wundversorgung zu unterrichten. Im Jahr 2023 wurde 69.479 Kindern<sup>5</sup> eine Schulung in Erster Hilfe und Infektionsprävention ermöglicht. Insgesamt konnten so seit 2022 148.087 Kinder erreicht werden. 2023 wirkten insgesamt sieben Ländergesellschaften an der Mission mit.

In Deutschland unterstützt Hansaplast durch seine Partnerschaft mit dem Jugendrotkreuz (JRK) seit 2014 die Erste-Hilfe-Ausbildung von Grundschulern. Die Marke sponsert außerdem die digitale Plattform „DRK Elterncampus“, über die Eltern unkompliziert an Online-Kursen teilnehmen können, beispielsweise zu Erster Hilfe bei Kindern.

## Achtung der Menschenrechte

Beiersdorf setzt sich aktiv für die Einhaltung von Gesetzen, Verhaltensstandards und Menschenrechten ein. Diese Verantwortung ist tief in unserem Selbstverständnis und in unseren Grundwerten verankert. Wir dulden keine Korruption, Zwangsarbeit, Kinderarbeit oder Diskriminierung – dies gilt für unsere eigenen Standorte und Mitarbeitenden weltweit sowie für alle Beschäftigten entlang der Wertschöpfungskette. Zudem unterstützen wir die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz, das Recht auf Versammlungsfreiheit für Mitarbeitende inklusive Kollektivverhandlungen sowie den Umweltschutz. Auch setzen wir uns für Gleichberechtigung und -behandlung sowie Diversität ein.

### Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette

Risiken, die die Einhaltung der Menschenrechte betreffen, sehen wir vor allem im Einkauf und in der Beschaffung von beispielsweise Rohstoffen oder Dienstleistungen – und damit in unseren Lieferketten. Unser Ziel ist es, alle Gefahren für die Menschenrechte zu beseitigen oder so weit wie möglich zu minimieren.

Aufgrund unserer Verantwortung als global agierendes Unternehmen sowie der gesetzlichen Anforderungen zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht reevaluieren wir jährlich das Risiko von Verstößen gegen die Achtung der Menschenrechte bei unseren Mitarbeitenden und in unserer Lieferkette. Werden soziale Mindeststandards nicht eingehalten, können die Sicherheit, die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden beeinträchtigt werden. Mit Inkrafttreten des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) können Menschenrechtsverstöße neben erheblichem Reputationsverlust auch Strafzahlungen für Unternehmen nach sich ziehen. Wir begegnen dem Risiko unter anderem mit einer funktionsübergreifenden Task-Force: Mitarbeitende aus den Bereichen Einkauf, Compliance, Recht und Nachhaltigkeit bereiten die unternehmensinternen Prozesse auf zusätzliche Anforderungen durch das Gesetz und weitere Gesetzesentwürfe im Bereich der Menschenrechte vor. Darüber hinaus ergreifen wir vorbeugende Maßnahmen im Bereich Menschenrechte, um negative Auswirkungen so weit wie möglich zu reduzieren.

Wie in unserer „Grundsatzklärung zur Achtung der Menschenrechte“ dargestellt, folgen wir nicht nur den Prinzipien des „United Nations Global Compact“ (UNGK). Wir legen unserer eigenen Geschäftstätigkeit sowie der Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern ebenfalls wichtige menschenrechtliche Prinzipien und Leitsätze zu Grunde. Dazu zählen: die „Allgemeine Erklärung der Menschenrechte“ der Vereinten Nationen, die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und die „OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen“. Hinzu kommen landesspezifische Regelungen und offizielle behördliche Anforderungen.

<sup>5</sup> Hinweis: Anzahl der Kinder basiert auf den Meldungen der Partnerorganisationen, teilweise wurde mit Hochrechnungen gearbeitet.

Wir setzen auf langfristige Beziehungen mit Geschäftspartnern, die sich zu unseren Prinzipien der nachhaltigen und verantwortungsvollen Unternehmensführung bekennen und nachweislich danach handeln. Die internen und externen Verhaltenskodizes für unsere Mitarbeitenden und unsere Lieferbetriebe enthalten verbindliche Vorgaben zur Einhaltung der Menschenrechte.

Wir verpflichten unsere Geschäftspartner dazu, unsere Standards zu erfüllen und sie auch in ihre vorgelagerten Lieferketten weiterzugeben. Dies betrifft sowohl die geforderte Produktqualität als auch transparente, faire und verantwortungsvolle Geschäftspraktiken. Stellen wir Verstöße gegen unsere Standards fest, gehen wir folgendermaßen vor: Im ersten Schritt werden für die Betroffenen verpflichtende Korrekturmaßnahmen festgelegt. Können wir daraufhin keine Verbesserungen feststellen, behalten wir uns vor, die Geschäftsbeziehungen zeitweise oder dauerhaft zu beenden. So möchten wir sicherstellen, dass unsere Geschäftspartner ihrer sozialen, ökologischen und ökonomischen Verantwortung gerecht werden.

## Consumer

### Unternehmensbereich Consumer schafft verbindliche Standards

Der Unternehmensbereich Consumer hat mit dem „Code of Conduct for business partners“ (CoC) alle Geschäftspartner entlang der Lieferkette mit einem Einkaufsvolumen von jährlich über 50.000 € zur Einhaltung von Standards verpflichtet. Der CoC steht im Einklang mit den Grundwerten des Unternehmensbereichs und legt einheitliche und verbindliche Kriterien für verantwortungsbewusstes Handeln fest. Dazu zählen: die Verbote von Korruption, Kinderarbeit, Zwangsarbeit und Diskriminierung sowie die Förderung der Gesundheit und Sicherheit von Mitarbeitenden am Arbeitsplatz, das Recht auf Versammlungsfreiheit und Kollektivverhandlungen sowie Umweltschutz.

2023 wickelten wir mehr als 90 % unseres Beschaffungsvolumens über Partner ab, die unseren CoC anerkannt haben. Diesen Anteil wollen wir zukünftig erhöhen. Zudem haben wir den CoC im Berichtsjahr überarbeitet, um die Anforderungen des LkSG zu erfüllen, das am 1. Januar 2023 in Kraft getreten ist.

### Risikoscreenings und Audits

Ergänzend werden seit 2013 in allen Beiersdorf Werken des Consumer-Bereichs, abgesehen vom neuen Werk in Leipzig, Audits zum Umweltschutz und zur Arbeitssicherheit durchgeführt. Die Audits finden im Dreijahreszyklus statt. Sie erfolgen nach unserem internen „Environmental Protection and Safety Management Audit Scheme“ (ESMAS). Dieses orientiert sich an den international anerkannten Normen ISO 14001 (Umweltmanagementsysteme) und DIN ISO 45001 (Managementsysteme für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit).

Das ESMAS-Audit überprüft, ob wir an unseren Standorten vollumfänglich geeignete Maßnahmen zur Einhaltung unserer weltweit gültigen Umwelt- und Arbeitsschutzstandards umsetzen. Im Berichtsjahr wurden die Beiersdorf Werke in Tres Cantos, Spanien, Poznań, Polen und Nairobi, Kenia danach auditiert.

Zusätzlich zu den ESMAS-Audits wurden im Berichtsjahr unsere Werke in Poznań (Polen), Nairobi (Kenia) und Silao (Mexiko) nach dem standardisierten 4-Säulen-Auditprotokoll des „Sedex Members Ethical Trade Audit“ (SMETA) durch externe Auditor\*innen der Firma Intertek überprüft. Insgesamt fanden diese Audits innerhalb der letzten drei Jahre in sämtlichen Produktionsstätten statt, abgesehen vom neuen Werk in Leipzig. Sie sind für drei Jahre gültig und werden turnusgemäß wiederholt.

Verantwortlich für die Nachhaltigkeit in der Beschaffung und entlang der Lieferkette sind die jeweiligen Vice Presidents der Abteilungen Nachhaltigkeit und Einkauf. Alle unsere über 21.000 direkten

Lieferanten werden einer Risikoklassifizierung unterzogen. Diese haben wir 2023 zuletzt überarbeitet. Die Risikoklassifizierung, die seit 2023 über die externe Plattform „EcoVadis IQ“ vorgenommen wird, prüft, ob ein vertieftes Screening und somit weitere Maßnahmen über die Unterzeichnung des CoC hinaus erforderlich sind. Folgende Risiken spielen dabei eine Rolle: landes- und industriespezifische Risiken, die von „EcoVadis IQ“ bereitgestellt werden, die Höhe des Einkaufsvolumens sowie eine interne Priorisierung aller beschafften Warengruppen. Direkte Zulieferbetriebe mit einem mittleren Risiko müssen über die Plattformen „Sedex“ oder „EcoVadis“ eine umfassende Selbstauskunft abgeben. Auf dieser Basis erfolgt eine detailliertere Risikobeurteilung, anhand derer das Responsible-Sourcing-Team entscheidet, ob ein anschließendes Audit erforderlich ist. Direkte Zulieferbetriebe mit einem hohen Risiko müssen ein Vor-Ort-Audit absolvieren. Um die Objektivität der Audits zu gewährleisten, werden sie von unabhängigen und zertifizierten Auditor\*innen nach dem standardisierten SMETA-4-Säulen-Protokoll durchgeführt. Die Ergebnisse der Audits zeigen konkrete Herausforderungen und Handlungsfelder auf und dienen als Grundlage für die gemeinsame Erarbeitung von Maßnahmenplänen mit unseren Lieferbetrieben. In Extremfällen können die Auditergebnisse auch dazu führen, dass wir Geschäftsbeziehungen beenden.

Aktuell entstehen durch das LkSG, die Einführung des „EcoVadis“-Bewertungsportals mit entsprechenden Lieferantenbefragungen sowie die unternehmensweite Umsetzung unseres aktualisierten CoC zusätzliche Handlungsfelder. Um diesen Aufgaben gerecht zu werden, haben wir im Berichtsjahr das Team in der Funktion Einkauf erweitert.

Neben der Nutzung von „Sedex“ und „EcoVadis“ beteiligen wir uns an internationalen Kollaborationsinitiativen wie „AIM-Progress“, um unser Nachhaltigkeitsengagement entlang der Lieferkette kontinuierlich und gemeinsam mit anderen Unternehmen unserer Branche voranzutreiben. Ziel ist es, zusätzlich zu unternehmensinternen Verbesserungen auch die Transformation des Sektors mitzugestalten.

## tesa

### Beschaffungsprozesse verantwortungsvoll gestalten

Zulieferbetriebe, die den Unternehmensbereich tesa direkt beliefern, verpflichten wir zur Unterzeichnung des „Code of Conduct for Suppliers“ (CoCS). Der CoCS stellt die Basis für eine verantwortungsvolle Gestaltung unserer globalen Beschaffungsprozesse dar und beschreibt grundlegende Regeln und Verpflichtungen im Bereich der Menschenrechte, der Arbeitsnormen, des Umweltschutzes und der Korruptionsprävention. Ihm liegen die zehn Prinzipien des „UN Global Compact“, die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) sowie die „OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen“ zu Grunde. Wir erwarten von unseren Zulieferbetrieben, dass sie unsere Standards einhalten und bei Verstößen die Missstände beheben. Mit Blick auf das LkSG haben wir den CoCS zudem erweitert und dem Thema Menschenrechte somit noch höhere Relevanz beigemessen. Der neue CoCS ist seit April 2023 gültig.

Unsere Lieferketten sind global und komplex, denn wir kaufen Rohstoffe, Produkte und Dienstleistungen auf der ganzen Welt. Durch eine enge Zusammenarbeit möchten wir langfristige, vertrauensvolle Partnerschaften mit festen Lieferbetrieben etablieren. Unser Ziel ist es, eine hohe Produktqualität, Versorgungssicherheit und eine gemeinsame nachhaltige Entwicklung sicherzustellen.

Die Bestimmungen für unsere globalen Einkaufsprozesse sind in der „Procurement Compliance Guideline“ (PCG) definiert und beschrieben; sie ist Teil des konzernweiten Compliance-Handbuchs. Diese Richtlinie enthält verbindliche Verhaltensregeln für tesa als einkaufendes Unternehmen und wird aktuell von der Funktion Global Procurement Excellence überprüft und angepasst. Ab März 2024 soll sie als „Global Procurement Policy“ (GPP) kommuniziert und trainiert werden. Die GPP wird ebenfalls für

alle tesa Standorte weltweit gelten und die verpflichtende Anwendbarkeit tritt im Laufe des Jahres in Kraft.

### Transparentere Lieferketten

Wir verpflichten unsere wesentlichen Zulieferbetriebe nicht nur, den tesa CoCS einzuhalten. Unser Ziel ist es auch, die Transparenz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette Schritt für Schritt zu erhöhen.

Daher haben wir bereits im Berichtsjahr 2022 einen systematischen, zweistufigen Prozess für das Screening von Lieferanten sowie ihre Bewertung mittels einer „EcoVadis“-Scorecard eingeführt. 8.734 Lieferanten sind bis Ende 2023 bereits gescreent. Im ersten Schritt prüfen Einkauf und Nachhaltigkeitsabteilung, ob eine tiefere Risikoanalyse der Zulieferfirmen nötig ist. Dieser Screening-Prozess wird einmal jährlich durchgeführt. Neben den landes- und industriespezifischen Risiken spielt bei der Klassifizierung – in den Risikokategorien „very low“, „low“, „medium low“, „medium high“ sowie „high“ und „very high“ – auch die Höhe des Einkaufsvolumens pro Jahr eine Rolle.

In einem zweiten Schritt laden wir – bereits seit 2020 – direkte Zulieferbetriebe über „EcoVadis“ ein, eine Selbstbewertung durchzuführen. Lieferanten mit einem Rating können dadurch nachweisen, inwieweit sie Menschenrechte, faire Arbeitsbedingungen und Umweltaspekte einhalten sowie ihre Produkte, Rohstoffe und Dienstleistungen verantwortungsvoll erzeugen und beschaffen. Ende 2023 lagen für 70 % (2022: 54 %) unseres Einkaufsvolumens direkter Materialien „EcoVadis“-Selbstauskünfte vor. In den kommenden Jahren wollen wir diesen Anteil schrittweise erhöhen: Für insgesamt 80 % des Einkaufsvolumens direkter Materialien sollen bis 2025 Selbstauskünfte vorliegen.

Bei Lieferanten, die nach unserem zweistufigen Prozess Risiken aufweisen, leiten wir entsprechende Verbesserungsmaßnahmen ein. Verbesserungspotenziale können in den Bereichen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung auftreten und werden von EcoVadis Mitarbeitenden in den Prioritäten „low“, „medium“ und „high“ eingestuft. Verbesserungsmaßnahmen sind daher sehr individuell und reichen vom Hochladen von Nachweisen für eingereichte Antworten bis hin zur Definierung von neuen Unternehmensrichtlinien in Bereichen des Arbeitsschutzes. Weisen Lieferanten ein besonders hohes Risiko auf, sind ab 2024 Audits nach dem SMETA-4-Säulen-Protokoll vorgesehen. Bis 2030 – so unser Ziel – wollen wir 80 % unseres gesamten Einkaufsvolumens nur noch an Lieferanten vergeben, die unseren Ansprüchen in Hinblick auf verantwortungsvolle Lieferketten genügen – das heißt, die unter anderem eine „EcoVadis“-Bewertung von mindestens 45 Punkten haben.

## Compliance

Die folgende Berichterstattung für den Themenbereich Compliance bezieht sich sowohl auf den Unternehmensbereich Consumer als auch auf tesa. Beide Unternehmensbereiche haben eigene, unabhängige Compliance-Management-Systeme (CMS) etabliert, die einheitlichen Standards folgen und in enger Abstimmung der beiden Corporate-Compliance-Management-Abteilungen umgesetzt sind. Soweit vorhanden, werden Unterschiede in der genauen Ausgestaltung des CMS beider Unternehmensbereiche nachfolgend beschrieben.

### Unsere Grundwerte für verantwortungsbewusstes Handeln

Für uns bedeutet Compliance, dass gesetzliche und kaufmännische Bestimmungen und Regeln beachtet werden – und das ohne Kompromisse. Sowohl der Unternehmensbereich Consumer als auch tesa haben einen Code of Conduct (CoC) etabliert, um die Einhaltung dieser Maßstäbe bestmöglich sicherzustellen und unserer gesellschaftlichen Verantwortung Rechnung zu tragen. Der CoC bietet dabei als übergeordneter Werterahmen Handlungsorientierung für alle Geschäftstätigkeiten und

unterstützt unsere Mitarbeitenden, Führungskräfte und Organe darin, die zentralen Grundsätze und Werte der Unternehmensbereiche zu beachten und zu leben. Als Verhaltensleitfaden soll der CoC dazu beitragen, dass wir auch in Zukunft das vertrauenswürdige Unternehmen bleiben, das unsere Kund\*innen, Geschäftspartner\*innen, Anteilseigner\*innen und weitere Stakeholder\*innen schätzen.

## Konzernweites Compliance-Management

Unser konzernweites CMS orientiert sich an etablierten Standards wie dem IDW PS 980. Dabei folgen wir den Grundsätzen:

- **Verhindern und Vorbeugen:** Wir verankern präventive Maßnahmen, um unrechtes Verhalten zu vermeiden.
- **Erkennen:** Wir nutzen Risikoanalysen, um konzernweit wesentliche Compliance-Risiken frühzeitig zu erkennen und zu managen. Zusätzliche Kontrollmechanismen machen regelwidriges Handeln offenkundig.
- **Reagieren und Verbessern:** Wir ahnden etwaige Verstöße gegen gesetzliche und interne Vorgaben dem Einzelfall entsprechend angemessen. Zudem leiten wir kontinuierlich Verbesserungsmaßnahmen für das gesamte CMS ab. Wir begreifen unser Compliance-Management-System als wichtigen Beitrag dazu, nachhaltig und zukunftsorientiert zu handeln und damit unserer Tradition als verlässliches und vertrauenswürdiges Unternehmen gerecht zu werden.

### Verhindern und Vorbeugen

Kartellrecht stellt für beide Konzernteile weiterhin einen wichtigen Aspekt im Themenkomplex Compliance dar. Grund hierfür sind die Geschäftsmodelle, die Komplexität der Rechtsmaterie, die weltweit wachsende Verfolgungstätigkeit und Sanktionspotenziale seitens der Kartellbehörden. Neben Kartellrecht liegen zwei weitere Schwerpunkte unserer Compliance-Programme auf der Korruptionsprävention sowie auf einem datenschutzkonformen Verhalten. Die Programme dienen dazu, unsere relevanten Mitarbeitendengruppen in Bezug auf diese Themen besonders zu sensibilisieren und ihnen sowohl Handlungs- als auch Entscheidungssicherheit zu vermitteln.

Unsere Corporate-Compliance-Management-Abteilungen sind verantwortlich, die Mindeststandards für diese Programme sowie ein angemessenes CMS in den Unternehmensbereichen zu definieren, weiterzuentwickeln und zu überwachen.

In unseren Regionen bzw. Tochtergesellschaften haben wir lokal verantwortliche Compliance-Beauftragte etabliert, die unseren Mitarbeitenden alle Elemente der Compliance-Programme vermitteln sollen und auf ihre lokale Anwendung hinwirken. Damit sollen alle Bestandteile unseres CMS in den Regionen bzw. Tochtergesellschaften verankert sowie stetig überwacht und verbessert werden. Insbesondere für kartellrechtliche Fragestellungen steht den lokalen Gesellschaften ein spezialisiertes Netzwerk aus externen Anwält\*innen zur Verfügung. Kernelemente unserer Compliance-Programme sind neben praxisorientierten Schulungs- und Beratungsangeboten auch verschiedene Richtlinien:

- Die Kartellrechtsrichtlinien enthalten klare Handlungsanweisungen zum kartellrechtskonformen Verhalten, Vorgaben zum Kontakt und Austausch von Informationen mit Wettbewerbsunternehmen, Hinweise zur Kommunikation mit Kund\*innen im Zusammenhang mit zum Beispiel Verkaufspreisen sowie grundsätzliche Dos and Don'ts.
- Die Antikorruptionsrichtlinien dienen als Handlungsleitfaden bei Geschenken, Produktmustern und Einladungen von und an Vertreter\*innen und Mitarbeitende anderer Unternehmen oder Amtsträger\*innen. Sie beinhalten zudem Hinweise zum Umgang mit Interessenkonflikten.

- Die Datenschutzrichtlinien beschreiben insbesondere, wie die Grundsätze der europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) für die rechtmäßige Verarbeitung von Daten in unseren EU-Gesellschaften umgesetzt werden. Auch geben sie den Mitarbeitenden Hilfestellungen und Anweisungen für den Umgang mit Daten. Darüber hinaus haben die Datenschutz-Teams interne Partnerschaften mit datenschutzrelevanten Schlüsselfunktionen wie Cyber Security und dem Einkauf etabliert.

Wir haben ein umfassendes und zielgruppenspezifisches Trainingskonzept. Basierend auf einem risikoorientierten Ansatz werden weltweit jährlich durchschnittlich mehrere tausend Mitarbeitende zu Korruptionsprävention sowie kartellrechtskonformem und datenschutzkonformem Verhalten geschult. Schulungen werden als Präsenzschiulung oder E-Learning durchgeführt und dienen dazu, unsere Mitarbeitenden zu sensibilisieren und ihnen aufzuzeigen, wo weitere Unterstützung eingeholt werden kann. Zudem werden Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder regelmäßig über relevante Compliance-Themen unterrichtet. Im Geschäftsjahr 2023 erreichte der Unternehmensbereich Consumer eine Gesamt-Teilnahmequote von 98 % und tesa ebenfalls von 98 % (Januar bis Oktober). Die Gesamt-Teilnahmequote bezieht sich auf die Ziel- und Gefährdungsgruppe, die für die jeweiligen Compliance-Felder Kartellrecht, Antikorruption und Datenschutz vorab definiert wurde. Dazu zählen sämtliche Mitarbeitenden und Führungskräfte, die mit den jeweiligen Themen und Anforderungen in Berührung kommen können.

Unsere Mitarbeitenden finden auf den entsprechenden Compliance-Seiten im Intranet weitere Hinweise und Informationen. Darüber hinaus nutzen wir verschiedene Kommunikationskanäle wie das Intranet und E-Mails, um regelmäßig über relevante Compliance-Themen und -Neuerungen zu informieren. Zudem stehen wir im regelmäßigen Austausch mit den lokalen Tochtergesellschaften, beispielsweise zu generellen relevanten Updates, aufkommenden Fragestellungen und Best-Practice-Ansätzen.

Durch diese regelmäßigen Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen verankern wir die Compliance-Grundsätze in unserem Unternehmen.

### **Erkennen**

Die Analyse der Compliance-Risiken bildet die Basis unserer CMSs und Compliance-Programme. Hierzu identifizieren wir in regelmäßigen Abständen im Rahmen eines ganzheitlichen „Compliance Risk Assessment“ bestehende und künftige Compliance-Risikofelder unserer Geschäftsmodelle und unserer geografischen Ausrichtung. Ergänzend unterstützen beide Corporate-Compliance-Management-Abteilungen ihre Unternehmensleitung dabei, auch Risiken zu erkennen, die über die eigene organisatorische Verantwortung hinausgehen.

In einem zweiten Schritt werden diese bewertet und priorisiert. Themen mit hoher Priorität werden auf ihre konkreten Risiken hin analysiert, um angemessene Gegenmaßnahmen ergreifen zu können. Dies geschieht sowohl zentral als auch in den Tochtergesellschaften. Die Ergebnisse werden dem Vorstand vorgestellt und genutzt, um unsere globalen und lokalen Compliance-Programme laufend anzupassen und zu verbessern.

Um Compliance nachhaltig zu leben sowie eine offene, vertrauensvolle Compliance- und Kommunikationskultur zu bewahren und weiter zu fördern, ist das persönliche Engagement der einzelnen Mitarbeitenden unerlässlich. Dazu gehört auch, mögliche Compliance-Verstöße und sonstige Beschwerden zu melden – auf Wunsch auch anonym. Dazu haben wir verschiedene Meldesysteme etabliert und kommuniziert.

So hat der Unternehmensbereich Consumer die Hinweisgeberplattform „Speak up. We care.“ implementiert, die weltweit und rund um die Uhr nutzbar ist. Der Unternehmensbereich tesa nutzt parallel die gleiche Plattform.

Die Hinweisgeberplattformen stehen neben den eigenen Mitarbeitenden auch Kund\*innen, Konsument\*innen, Lieferant\*innen und anderen externen Stakeholder\*innen zur Verfügung, um mögliches Fehlverhalten zu melden. Darüber hinaus bestehen jeweils interne Meldemöglichkeiten, beispielsweise zentrale Compliance-E-Mail-Adressen.

Wir haben Prozesse etabliert, die dabei unterstützen, dass eingegangenen Hinweisen nachgegangen wird, entsprechende Sachverhalte aufgeklärt und nach sorgfältiger Abwägung verhältnismäßige Maßnahmen ergriffen werden. An der Aufklärung sind die relevanten Fachfunktionen sowie in der Regel die Corporate-Auditing-Abteilung beteiligt.

Die Corporate-Auditing-Abteilung stellt ein weiteres unabhängiges Überwachungsorgan der Beiersdorf AG dar. Die Abteilung führt regelmäßige Prüfungen in beiden Unternehmensbereichen durch, in denen compliance-relevante Themen fester Bestandteil sind. Darüber hinaus kontrolliert die jeweilige Corporate-Compliance-Abteilung regelmäßig die Einhaltung zentral vorgegebener Mindeststandards, zum Beispiel im Rahmen von Besuchen vor Ort oder Abfragen zur Umsetzung von Maßnahmen.

### Reagieren und Verbessern

Mithilfe eines regelmäßigen konzernweiten Compliance-Reportings machen wir uns ein Bild von der Wirksamkeit unseres Compliance-Management-Systems. Die Ergebnisse werden an den Vorstand und Aufsichtsrat berichtet. Dabei erfassen wir sowohl Compliance-Vorfälle als auch den Stand der Umsetzung unserer Compliance-Programme zentral sowie in den Tochtergesellschaften weltweit. Anhand der Ergebnisse leiten wir weiteren Handlungsbedarf ab und setzen entsprechende Maßnahmen um. Selbstverständlich sind die Tochtergesellschaften aufgefordert, die zentrale Compliance-Abteilung auch außerhalb der Reporting-Zyklen umgehend über materielle Compliance-Vorfälle zu informieren, um zeitnah reagieren zu können.

Als weiteren wesentlichen Bestandteil unserer Aktivitäten verstehen wir die kontinuierliche und konsequente Weiterentwicklung unserer CMSs. Damit tragen wir sowohl internen Anpassungsbedarfen als auch den dynamischen Veränderungen rechtlicher und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen Rechnung. Im Berichtsjahr haben wir dazu im Unternehmensbereich Consumer unseren Code of Conduct überarbeitet und in allen Tochtergesellschaften eingeführt. Wir haben außerdem unsere Compliance-Trainingsrichtlinie aktualisiert<sup>1</sup> und darin insbesondere ein neu entwickeltes Trainingscockpit verankert. Diese softwaregestützte Übersicht erlaubt es, den Status der Compliance-Trainings zeitnah einzusehen und das Trainingsmanagement zu verbessern. Des Weiteren haben wir Prozess und System des Compliance Risk Assessments an bestehende Formate des Financial-Risk-Managements angeglichen. Ziel ist es, für beide Bereiche ein einheitliches und integriertes Vorgehen über die gleiche Plattform zu schaffen.

Bei tesa überarbeiteten wir im Berichtsjahr Inhalte und Design der E-Learning-Angebote zu Korruptionsprävention sowie kartellrechts- und datenschutzkonformem Verhalten. Zudem haben wir im Rahmen unseres Compliance Risk Assessments das Themenfeld „Environmental, Social, Governance“ (ESG) als neues relevantes Compliance-Risikofeld identifiziert und in das tesa CMS integriert. Des Weiteren haben wir den lokalen Compliance-Implementierungsstatus in bestimmten Tochtergesellschaften überprüft.

---

<sup>1</sup> Gültig seit 01.01.2024.

## Weitere Belange

### Produktsicherheit

Produktsicherheit und -verträglichkeit haben für Beiersdorf höchste Priorität. Das gilt sowohl im Hinblick auf unsere Verbraucher\*innen und deren Gesundheit als auch auf die Umwelt. Unsere Produkte müssen deshalb vielfältigen Anforderungen genügen, bevor sie am Markt zugelassen werden. Hier setzen beide Unternehmensbereiche hohe Maßstäbe.

### Consumer

Unser Verständnis von Qualität geht in diesem Rahmen über die Bewertung und Freigabe unserer Produkte hinaus. Wir verstehen Qualität als einen Prozess, der kontinuierlich zu Verbesserungen beiträgt. Dieses Verständnis haben wir in der „Beiersdorf Quality Policy“ formuliert. Sie leitet die Unternehmensführung, das Management und alle Mitarbeitenden in ihrem täglichen Handeln. Zudem dient sie dazu, die Zufriedenheit und das hohe Vertrauen unserer Konsument\*innen zu erhalten und auszubauen sowie unsere Wettbewerbsfähigkeit auch zukünftig zu gewährleisten.

#### Sicherheitsbewertung aller Rohstoffe und Formeln kosmetischer Produkte

Um unsere eigenen Ansprüche an die Qualität unserer Produkte zu erfüllen, beschäftigen wir ein Team von erfahrenen und hoch qualifizierten Sicherheitsbewerter\*innen. Zunächst müssen die gesetzlich geforderte Bewertung und die Freigabe der Rohstoffe, Formeln, Packmittel und Claims durch dieses Team erfolgen und somit die Sicherheit und die Verträglichkeit für die Verbraucher\*innen belegt werden. Erst dann geben die Sicherheitsbewerter\*innen die Fertigprodukte zur Vermarktung frei. Dies geschieht maßgebend nach den international anerkannten Regeln, die in der EU-Kosmetik-Verordnung 1223/2009 für die Sicherheitsbewertung festgeschrieben sind, sowie nach den EU-weit geltenden Vorgaben der „SCCS Notes of Guidance“ des Wissenschaftlichen Ausschusses für Verbrauchersicherheit („Scientific Committee on Consumer Safety“ - SCCS) in der 12. Revision aus dem Jahr 2023.

Die Sicherheitsbewerter\*innen arbeiten im Sinne des Verbraucherschutzes eng mit den angrenzenden Bereichen wie Forschung & Entwicklung sowie Produkt- und Packmittelentwicklung zusammen.

Für die Sicherheitsbewertung kosmetischer Produkte sind neben Erfahrung und Fachkenntnis vor allem der wissenschaftliche Austausch und das Wissen über neue Erkenntnisse zu Verträglichkeit und Sicherheit von Rohstoffen, Formeln und Packmitteln unabdingbar. Entsprechend besuchen unsere Sicherheitsbewerter\*innen Kongresse, sind Mitglieder in Arbeitsgruppen und Expert\*innenteams und nehmen an internationalen Schulungen teil. Dieser fachliche Austausch und die Fortbildungen sollen dazu beitragen, dass wir auch in Zukunft angemessen und verantwortungsbewusst handeln. Wichtig ist uns in diesem Rahmen auch, dass wir unsere externen Dienstleistungsunternehmen und Lieferbetriebe in die Pflicht nehmen. Wir lassen uns von ihnen die Einhaltung der gesetzlichen und auch der über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinausgehenden Anforderungen bestätigen.

#### Weltweit verbindliche Beiersdorf Sicherheitsanforderungen

Unsere hohen Sicherheitsanforderungen haben wir in der „Beiersdorf Product Safety Policy“ festgeschrieben. Sie ist weltweit verbindlich, da wir bei der Sicherheitsbewertung von Rohstoffen, Formeln und Produkten nicht nach Region oder Standort unterscheiden, sondern überall die gleichen Maßstäbe setzen. Die Vorgaben der EU-Kosmetik-Verordnung 1223/2009 sind für uns von besonderer Bedeutung. Sie regeln einerseits die Anforderungen an die Qualifikation der Sicherheitsbewerter\*innen und an die Sicherheit eines kosmetischen Produkts. Andererseits definieren sie die Kriterien zur korrekten Kennzeichnung von Produkten und zur Bereitstellung von Informationen, um einen sicheren

Transport der Produkte und einen sicheren Umgang mit ihnen zu gewährleisten. Für unsere Medizinprodukte und Arzneimittel erhalten die geltenden regulatorischen Anforderungen die notwendigen Kriterien zur Gewährleistung der Produktsicherheit.

Die rechtlichen Anforderungen an die Sicherheit der Produkte verändern sich – auf globaler Ebene betrachtet – laufend. Wir wollen dem Risiko, gegen aktuelle Regulierungen zu verstoßen, präventiv begegnen. Deshalb arbeitet unser zentrales Regulatory-Affairs-Team mit einem weltweiten Netzwerk aus lokalen Regulatory Affairs Officers zusammen. Sie verfolgen alle regulatorischen Vorgaben und deren Änderungen in den Märkten, in denen wir unsere Produkte vertreiben. Bereits bei der Produktentwicklung wollen wir auf diese Weise sicherstellen, dass sämtliche für die jeweiligen Vertriebsländer gültigen Anforderungen erfüllt sind.

## Tierversuche

Wir setzen uns entschlossen dafür ein, Tierversuche weltweit überflüssig zu machen. Wir sind davon überzeugt, dass Versuche an Tieren nicht erforderlich sind, um die Verträglichkeit und Wirksamkeit unserer kosmetischen Produkte nachzuweisen. Aus diesem Grund führen wir keine Tierversuche für Kosmetikprodukte und deren Inhaltsstoffe durch oder geben sie in Auftrag, außer wir sind durch behördliche Auflagen dazu verpflichtet. Bei Medizinprodukten und Arzneimitteln beschränken sich etwaige Tierversuche auf das unbedingt erforderliche Minimum und werden nur bei qualifizierten Dritten gemäß den strengen Anforderungen für behördliche Marktzulassung durchgeführt.

In der EU sind Tierversuche für Kosmetikprodukte bereits seit 2004 – und für alle Inhaltsstoffe dieser Produkte seit 2013 – vollständig verboten. Beiersdorf hält sich an diese gesetzlichen Vorgaben und verzichtete bereits vor dem europäischen Verbot weltweit auf Tierversuche, wann immer lokale Gesetze dies zuließen. Unser erklärtes Ziel ist es, die Forschung so weit voranzubringen, dass auf Tierversuche letztlich weltweit verzichtet werden kann.

Die Sicherheit der Verbraucher\*innen steht für uns an erster Stelle. Als eines der führenden forschenden Unternehmen engagieren wir uns seit fast 40 Jahren für die Entwicklung und Akzeptanz von alternativen Testmethoden. Dabei waren und sind wir maßgeblich beteiligt an der Entwicklung und Validierung von Schlüsselmethoden, die von der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) und wichtigen Aufsichtsbehörden international anerkannt werden.

Auch wenn bereits große Fortschritte erzielt wurden, gibt es zum heutigen Zeitpunkt noch nicht für alle sicherheitsrelevanten Fragestellungen von der Legislative anerkannte und etablierte alternative Testmethoden. Daher setzen wir uns in Zusammenarbeit mit zahlreichen Partner\*innen und Interessengruppen dafür ein, dass innovative Alternativmethoden entwickelt und bereits bestehende akzeptiert werden. Wir engagieren uns in verschiedenen Arbeitsgruppen im europäischen Dachverband der Kosmetikindustrie („Cosmetics Europe“), kooperieren mit dem „European Centre for the Validation of Alternative Methods“ (EURL ECVAM) und unterstützen die OECD durch das Bereitstellen wissenschaftlicher Erkenntnisse. Wir sind aktives Mitglied der „European Society of Toxicology In Vitro“ (ESTIV) und Gründungsmitglied der seit 2006 bestehenden „European Partnership for Alternative Approaches to Animal Testing“ (EPAA), einer Organisation der Europäischen Kommission und sieben Industriesektoren. Zusätzlich hat Beiersdorf Kooperationen in der Spitzenforschung aufgebaut, z. B. zur Erforschung von sogenannten Organchips, die das Zusammenspiel mehrerer Organe simulieren. Im Jahr 2023 hat Beiersdorf die neue „International Collaboration on Cosmetics Safety“ (ICCS) mitgegründet und maßgeblich mitgestaltet. Ziel der Kooperation ist es, die Einführung tierversuchsfreier Methoden sowie die Untersuchung der Auswirkungen von Kosmetika und ihren Inhaltsstoffen auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt voranzutreiben.

## tesa

Für die Zufriedenheit unserer Kund\*innen und damit für unseren wirtschaftlichen Erfolg sind die Qualität und die Sicherheit unserer Produkte entscheidend. tesa möchte dies durch ein durchgängiges Qualitätsmanagement gewährleisten. Weisen Produkte Sicherheitsmängel auf, kann dies negative Auswirkungen haben – für uns als Unternehmen und für die Menschen, die mit ihnen umgehen. Unser Ziel ist die Herstellung und der Vertrieb von Produkten, die höchste Anforderungen an Qualität und Sicherheit erfüllen.

### Qualität und Sicherheit mit System

tesa möchte seine Produkte und Prozesse so gestalten, dass sie den vielfältigen Erwartungen der Kund\*innen und weiterer Stakeholder\*innen entsprechen und niemand bei ihrer Herstellung oder Anwendung zu Schaden kommt. Alle Produktionsstandorte von tesa verfügen über zertifizierte Managementsysteme gemäß weltweit anerkannten Qualitätsnormen, Standards und Regularien. Die Konformität der Produkte, Systeme und Prozesse wird an den betroffenen Standorten durch interne und externe Audits periodisch überprüft und bestätigt.

Wir halten uns an geltende Gesetze und Richtlinien. Unsere interne Leitlinie „Product Safety Guideline“ ergänzt diese strengen Vorgaben. Sie beschreibt verpflichtende Maßnahmen, mit denen wir die Sicherheit unserer Produkte weiter erhöhen. Außerdem legt sie die Rolle und Verantwortlichkeiten der mit der Produktsicherheit beauftragten Person (Product Safety & Conformity Representative – PSCR) fest. Die Richtlinie gilt weltweit und ist in unserem Intranet für Mitarbeitende zugänglich.

### Beauftragte für Produktsicherheit

Weltweit verfügt jedes Werk über eine PSCR, die an die Corporate PSCR, die zentral mit der Produktsicherheit beauftragte Person, berichtet. Alle PSCRs müssen eine anerkannte externe Schulung durchlaufen. In der Regel sind sie auch die Qualitätsbeauftragten der Werke.

Das Produktsicherheitsmanagement ist bei tesa ein wesentlicher Bestandteil des Qualitätsmanagements und wird durch die Geschäftsführung mitgesteuert. Für die Bewertung von Inhaltsstoffen ist die Abteilung Corporate Regulatory Affairs zuständig. Die Mitarbeitenden greifen dort auf verschiedene chemische Datenbanken zurück, werten wissenschaftliche Erkenntnisse aus und betrachten Angaben zu sicherheitsrelevanten Substanzeigenschaften sowie dem sicheren Umgang mit Stoffen oder Gemischen. Für jedes Produkt gibt es grundsätzlich ein Informationsblatt (z. B. Sicherheitsdatenblatt), das sicherheitsrelevante Informationen beispielsweise zu Inhaltsstoffen, korrekter Lagerung oder zum richtigen Umgang sowie Empfehlungen zur Entsorgung beinhaltet.

### Risikoanalysen gewährleisten Qualität

Die Vermeidung von Produktfehlern spielt eine wichtige Rolle für uns. Deshalb führen die Bereiche Produktentwicklung und Produktion bei jedem neuen Projekt Risikobewertungen oder Fehlermöglichkeits- und -einflussanalysen (FMEA) durch. Auf diese Weise identifizieren sie bereits im Entstehungsprozess der Produkte potenzielle Mängel in der Konstruktion, Fabrikation oder auch Instruktion, z. B. eine fehlerhafte Gebrauchsanleitung. Sind die Produkte auf dem Markt, werden sie von unseren Geschäftseinheiten weiter beobachtet. Wenn die Einheiten feststellen, dass eine erneute Risikoanalyse und -bewertung sowie weitere oder neue Maßnahmen erforderlich sind, leiten sie notwendige Schritte ein, um die Gesundheit und Sicherheit unserer Kund\*innen sowie Mitarbeitenden zu gewährleisten.

## Interne Audits

Sichere Produktlösungen verdankt tesa nicht nur seinen strengen Qualitätsanforderungen, sondern auch dem konsequenten Kompetenzaufbau innerhalb des Unternehmens.

Für unsere internen Audits sind das Qualitätsmanagement und die Produktsicherheitsbeauftragten zuständig. Es finden sowohl anlassbezogene als auch jährliche Audits statt. Überprüft werden dabei die Produktentwicklung sowie die Produktion - und bei Bedarf weitere Bereiche, beispielsweise Marketing. Die Produktionsstandorte der tesa Gruppe wurden im Berichtsjahr erneut erfolgreich gemäß weltweit anerkannten Qualitätsnormen und -standards auditiert. Insbesondere die Zertifizierung IATF 16949 beachtet die Konformität aller Produkte, Prozesse, Teile und Dienstleistungen sowie die Produktsicherheit.

## Berichterstattung zur EU-Taxonomie

Seit Inkrafttreten der EU-Taxonomie-Verordnung ist Beiersdorf dazu verpflichtet, Angaben zu Umsatzerlösen, Investitionsausgaben (CapEx) und Betriebsausgaben (OpEx) zu machen, die mit ökologisch nachhaltigen Wirtschaftsaktivitäten verbunden sind. Die EU-Taxonomie-Verordnung enthält Kriterien zur Bestimmung, ob eine Wirtschaftstätigkeit in Hinblick auf verschiedene Umweltziele als nachhaltig einzustufen ist. Das übergeordnete Ziel ist es, ein nachhaltigeres Finanzwesen zu schaffen und Investitionen in grüne und nachhaltige Projekte zu lenken und somit einen Beitrag zum europäischen „Green Deal“ zu leisten.

Mit Verabschiedung der Delegierten Verordnung (EU) 2023/2486 der Kommission vom 27. Juni 2023 wird die Angabepflicht für das Berichtsjahr 2023 erstmalig auf die vier weiteren Klimaziele „Wasser und Meeresressourcen“, „Kreislaufwirtschaft“, „Umweltverschmutzung“ sowie „Biodiversität“ ausgeweitet. In diesem Zusammenhang wurden weitere Wirtschaftsaktivitäten in Verbindung mit den Klimazielen „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“ ergänzt (Delegierte Verordnung (EU) 2023/2485).

Da Beiersdorf keine Geschäftsaktivitäten im Zusammenhang mit Gas und Atomkraft ausübt, welche in den Annexen der Delegierten Verordnung (EU) 2022/1214 der Kommission vom 9. März 2022 aufgeführt werden, sind die im Annex 3 abgebildeten Meldebögen für das Berichtsjahr 2023 nicht berücksichtigt.

## Vorgehen bei der Betroffenheitsanalyse<sup>1</sup>

Die Ermittlung der Taxonomiefähigkeit bestimmter Wirtschaftstätigkeiten erfolgt bei Beiersdorf über einen Top-Down-Ansatz unter Zuhilfenahme von relevanten Fachbereichen. In diesem Zusammenhang wurde ein interdisziplinäres Team zusammengestellt, in dessen Kernteam die Abteilungen Sustainability (tesa und Consumer), Group Accounting and Consolidation (Consumer) sowie Sustainability Controlling (tesa) vertreten sind. Hierbei wird in enger Abstimmung mit den Fachbereichen fortlaufend analysiert, ob taxonomiefähige Wirtschaftstätigkeiten vorliegen.

Unter Bezugnahme auf die Aktivitätenbeschreibungen, die referenzierten NACE-Codes sowie die ergänzenden Veröffentlichungen der EU-Kommission und der „EU Platform on Sustainable Finance“, wurden die für Beiersdorf relevanten taxonomiefähigen Aktivitäten identifiziert. Für das Berichtsjahr 2023 wurde der Prozess zur Ermittlung und Identifikation der für Beiersdorf relevanten taxonomiefähigen Aktivitäten dabei auch auf die oben aufgeführten weiteren vier Umweltziele ausgeweitet.

<sup>1</sup> Aufgrund der fortlaufenden, dynamischen Entwicklungen in Hinblick auf die Ausformulierung der EU-Taxonomie-Verordnung, auch unter Berücksichtigung der ergänzenden Veröffentlichungen der EU-Kommission und der „EU Platform on Sustainable Finance“, bestehen derzeit noch Auslegungsunsicherheiten bzgl. der enthaltenen Formulierungen und Begriffe. Daher kann es in Zukunft zu Anpassungen bei unserer Taxonomie-Betroffenheitsanalyse kommen.

## Identifizierte taxonomiefähige Wirtschaftsaktivitäten

Das Geschäftsmodell von Beiersdorf wurde im Zusammenhang mit der Implementierung der Anforderungen der EU-Taxonomie einer umfassenden Analyse unterzogen. Dabei wird die Kerngeschäftstätigkeit von Beiersdorf durch die in der aktuellen Fassung der Delegierten Rechtsakte aufgeführten Aktivitäten nicht abgedeckt. Lediglich eine auf den Unternehmensbereich tesa entfallende Aktivität, die im Zusammenhang mit der Herstellung von Teilkomponenten für Batterien steht (Aktivität 3.4), wurde als taxonomiefähig identifiziert. Diese ist jedoch im Vergleich zur Kerngeschäftstätigkeit von Beiersdorf von untergeordneter Bedeutung und stellt lediglich einen geringen Anteil an den Umsatzerlösen des Konzerns dar.

Die EU-Taxonomieverordnung unterscheidet hinsichtlich der Klassifikation von Investitions- und Betriebsausgaben folgende drei Kategorien:

- Kategorie A: Investitionen oder Betriebsausgaben, die sich auf Vermögenswerte oder Prozesse beziehen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind.
- Kategorie B: Investitionen oder Betriebsausgaben, die Teil eines (CapEx-)Plans zur Ausweitung von taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten oder zur Umwandlung taxonomiefähiger in taxonomiekonforme Wirtschaftstätigkeiten sind.
- Kategorie C: Investitionen oder Betriebsausgaben, die sich auf den Erwerb von Produkten taxonomiekonformer Wirtschaftstätigkeiten und einzelnen Maßnahmen beziehen, durch die die Zieltätigkeiten kohlenstoffarm ausgeführt werden oder der Ausstoß von Treibhausgasen gesenkt wird.

Abgesehen von Investitions- oder Betriebsausgaben, die im Zusammenhang mit der Wirtschaftsaktivität 3.4 stehen, entfallen aufgrund des Geschäftsmodells von Beiersdorf keine weiteren Investitionen oder Betriebsausgaben auf Kategorie A. Im gleichen Zusammenhang werden auch keine Investitionspläne für die Transformation in taxonomiekonforme Wirtschaftstätigkeit aufgestellt, sodass keine Investitionen oder Betriebsausgaben der Kategorie B zuzurechnen wären. Für Beiersdorf sind damit im Wesentlichen nur solche Investitionen oder Betriebsausgaben zu berücksichtigen, die sich auf den Erwerb von Produkten taxonomiekonformer Wirtschaftstätigkeiten und einzelnen Maßnahmen beziehen (Kategorie C).

Die berichteten Wirtschaftsaktivitäten beziehen sich ausschließlich auf das Umweltziel „Klimaschutz“. Weiterhin wird im Rahmen des Erhebungs- und Berichtsprozesses die einmalige Zuordnung von jeder Wirtschaftsaktivität zu einer EU-Taxonomie Aktivität sichergestellt. Im Ergebnis können Doppelzählungen bei der Zuordnung von Wirtschaftsaktivitäten ausgeschlossen werden.

Die folgenden Wirtschaftsaktivitäten wurden als taxonomiefähig identifiziert:

### Information und Kommunikation

- Die Aktivität 8.1, „Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten“, wurde für Beiersdorf als relevant identifiziert, da der Unternehmensbereich Consumer ein Rechenzentrum betreibt und diese Dienste für tesa bereitstellt. Der Dritt-Erwerb von Rechenleistung (Cloud Computing Services) wird in diesem Zusammenhang ebenfalls berücksichtigt.
- Die Aktivität 8.2, „Datenbasierte Lösungen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen“, da Beiersdorf die Emissionsmanagementsoftwares GaBi, SoFi sowie weitere Energiemanagementsysteme nutzt.

### Baugewerbe und Immobilien

- Die Aktivitäten 7.3, „Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten“, 7.5, „Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden“, und 7.6, „Installation, Wartung und Reparatur von Technologien für erneuerbare Energien“, sind Teil unseres Gebäudemanagements und umfassen die Installation, Wartung und Reparatur von Heizungs-, Lüftungs- oder Kühlungsanlagen, Photovoltaikanlagen sowie Messsysteme und Steuereinheiten für die Energieeffizienz in unseren Verwaltungsgebäuden und Produktionsstätten.
- Die Aktivität 7.4, „Installation, Wartung und Reparatur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehörenden Parkplätzen)“, wurde als relevant identifiziert, da sich Ladestationen auf unserem Gelände befinden, die von einem Drittunternehmen betrieben werden.
- Auf Basis der Empfehlung der EU-Kommission (FAQ 2022) erfolgt für das Geschäftsjahr 2023 erstmalig die Berichterstattung im Zusammenhang mit Aktivität 7.7, „Erwerb von und Eigentum an Gebäuden“. Unter diese Aktivität fallen Investitionstätigkeiten, die im Zusammenhang mit dem Neubau oder der Erweiterung von eigenen Produktions- und Verwaltungsgebäuden stehen. Die Herstellung dieser Gebäude erfolgt hierbei durch externe Bauunternehmen. Die Aktivierung von Nutzungsrechten aus Leasingverhältnissen (IFRS 16) für gemietete Bürogebäude wird ebenfalls unter Aktivität 7.7 berichtet. Im Vorjahr wurden diese Aktivitäten als nicht taxonomiefähig ausgewiesen.

### Energie

- In diesem Bereich wurden die Aktivität 4.25, „Erzeugung von Wärme/Kälte aus Abwärme“, sowie die Aktivität 4.30, „Hocheffiziente Kraft-Wärme/Kälte-Kopplung mit fossilen gasförmigen Brennstoffen“, als taxonomiefähig identifiziert. Bei Beiersdorf wird Abwärme für interne Heizprozesse genutzt. Andere Aktivitäten aus diesem Bereich, z. B. hinsichtlich der Produktion erneuerbarer Energien, wurden entsprechend der EU-Taxonomie-Verordnung im Bereich „Baugewerbe und Immobilien“ erfasst.

### Verkehr

- Grundsätzlich sind unsere Transportaktivitäten an Dienstleister ausgelagert, sodass sich hieraus keine taxonomiefähige Tätigkeit ergibt. Für den eigenen Dienstwagen-Fuhrpark erfolgt die Zuordnung zur Aktivität 6.5, „Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen“.

### Verarbeitendes Gewerbe/Herstellung von Waren

- Die Herstellung und der Vertrieb von Produkten aus dem Unternehmensbereich Consumer sind nicht durch die EU-Taxonomie erfasst. Mit der Herstellung von Teilkomponenten für Batterien (Aktivität 3.4, „Herstellung von Batterien“) entfällt für den Unternehmensbereich tesa lediglich ein geringer Anteil auf eine taxonomiefähige Wirtschaftstätigkeit. Anderen Wirtschaftstätigkeiten sind keine taxonomiefähigen Umsatzerlöse zuzurechnen. So stellt der Unternehmensbereich tesa beispielsweise keine Kunststoffe in Primärform her, sondern bezieht diese von Lieferanten.

Bei der Erhebung der Datengrundlage für die Ermittlung der Kennzahlen (Umsatzerlöse, Investitionsausgaben und Betriebsausgaben) der taxonomiefähigen und taxonomiekonformen Wirtschaftsaktivitäten (Zähler) und ihren entsprechenden Bezugsgrößen (Nenner) wird sich im Allgemeinen auf Beiersdorf Finanz-Controlling-Systeme gestützt.

## Taxonomiefähige Umsatzerlöse

Die Ermittlung des Nenners für Zwecke der EU-Taxonomie steht im Einklang mit der Definition der Umsatzerlöse im Konzernabschluss (s. Konzernanhang, Gewinn- und Verlustrechnung, Ziffer 01).

Für das Berichtsjahr 2023 werden Umsatzerlöse, die im Zusammenhang mit der Herstellung von Teilkomponenten für Batterien stehen unter der Aktivität 3.4, „Herstellung von Batterien“, berichtet. Die hierauf entfallenden Umsatzerlöse sind vollständig dem Unternehmensbereich tesa zuzurechnen. Diese Umsätze betragen 16 Mio. € (Vorjahr: 16 Mio. €) und stellen damit 0,2 % (Vorjahr: 0,2 %) des Konzernumsatzes von 9.447 Mio. € dar.

## Taxonomiefähige Investitionsausgaben (CapEx)

Die Ermittlung der Bezugsgröße (Nenner) unserer taxonomiefähigen Aktivitäten erfolgt nach den Vorgaben der EU-Taxonomieverordnung. Für das Berichtsjahr 2023 beträgt die Bezugsgröße 634 Mio. €. Hierin sind neben den im Geschäftsbericht ausgewiesenen Investitionen in immaterielle Vermögenswerte (Konzernanhang Ziffer 11) und Sachanlagen (Konzernanhang Ziffer 12), Zugänge im Zusammenhang mit Nutzungsrechten aus Leasingverhältnissen (Konzernanhang Ziffer 12) enthalten.

Die Zuordnung der Investitionsausgaben für Projekte und Langzeit-Leasingverträge zu den als taxonomiefähig identifizierten Aktivitäten erfolgt mit Hilfe der Beiersdorf Finanz-Controlling-Systeme sowie Interviews mit den verantwortlichen Fachbereichen. Für das Berichtsjahr 2023 entfallen die Investitionsausgaben mit 182 Mio. € und einem Anteil von 28,6 % im Wesentlichen auf die Aktivität 7.7, „Erwerb von und Eigentum an Gebäuden“.

Insgesamt umfassen die taxonomiefähigen Investitionsausgaben 209 Mio. € (Vorjahr 17 Mio. €). Das entspricht einem Anteil von 33 % (Vorjahr: 2,7 %) im Verhältnis zu den gesamten Investitionsausgaben (Nenner) von 634 Mio. € für das Berichtsjahr 2023. Die Veränderung im Vergleich zum Vorjahr ist insbesondere auf Investitionsausgaben zurückzuführen, welche für das Geschäftsjahr 2023 erstmalig im Zusammenhang mit der Aktivität 7.7 berichtet werden.

## Taxonomiefähige Betriebsausgaben (OpEx)

Die Datengrundlage für die Kalkulation der Bezugsgröße (Nenner) der taxonomiefähigen Betriebsausgaben wird für das Berichtsjahr 2023 mit Hilfe der Beiersdorf Finanz-Controlling-Systeme abgeleitet. Interviews, Analysen und Detail-Abfragen bei den jeweiligen Controlling-Funktionen ergänzen den Erhebungsprozess, um so die Qualität der Daten zu gewährleisten. Die Bezugsgröße ermittelt sich aus der Summe folgender Kostenbestandteile:

- Kosten der Forschung und Entwicklung
- Kosten im Zusammenhang mit kurzfristigen Leasingverhältnissen sowie mit Leasingverhältnissen über geringwertige Vermögenswerte
- Wartungs- und Reparaturkosten inklusive aller direkten Ausgaben im Zusammenhang mit der täglichen Wartung von Vermögenswerten des Sachanlagevermögens durch das Unternehmen oder Dritte

Die Zuordnung der Betriebsausgaben zu den identifizierten taxonomiefähigen Aktivitäten ist soweit möglich direkt mit Daten aus unseren Finanzsystemen erfolgt. In den Fällen, in denen eine direkte Zuordnung nicht möglich war, wurden Anteile aufgeschlüsselt und wenn erforderlich über geeignete Schlüssel (z. B. Investitionsausgaben taxonomiefähiger Aktivitäten) allokiert.

Die taxonomiefähigen Betriebsausgaben betragen 26 Mio. € (Vorjahr: 18 Mio. €). Im Vergleich zur Bezugsgröße der Betriebsausgaben in Höhe von 481 Mio. € entspricht dies einem Anteil von 5,4 % (Vorjahr 4,2 %). Die Veränderung im Vergleich zum Vorjahr ist insbesondere auf Betriebsausgaben zurückzuführen, welche für das Geschäftsjahr 2023 erstmalig im Zusammenhang mit der Aktivität 7.7 berichtet werden.

### Vorgehen und Ergebnisse der Konformitätsanalyse

Zur Überprüfung der Taxonomiekonformität der für Beiersdorf relevanten taxonomiefähigen Aktivitäten wurden die einschlägigen technischen Bewertungskriterien, wie sie in den Annexen zu den Delegierten Rechtsakten zur EU-Taxonomie festgeschrieben werden, einer umfassenden Analyse unterzogen. Für die Klassifizierung einer taxonomiefähigen Aktivität als taxonomiekonform müssen dabei folgende Anforderungen kumulativ erfüllt sein:

- Einhaltung der technischen Bewertungskriterien für einen wesentlichen Beitrag zum jeweiligen Umweltziel („Substantial Contribution“)
- Einhaltung der technischen Bewertungskriterien zur Vermeidung wesentlicher Beeinträchtigungen anderer Umweltziele („Do no significant harm“, DNSH)
- Einhaltung von Mindestschutzvorschriften („Minimum Safeguards“)

Grundsätzlich wird die Einhaltung der technischen Bewertungskriterien individuell für jede Aktivität geprüft und belegt. Die Prüfung der DNSH-Konformität in Verbindung mit Appendix A („Anpassung an den Klimawandel“) erfolgt für die jeweiligen taxonomiefähigen Aktivitäten zentral mit Hilfe von standortspezifischen Klimarisiko- und Vulnerabilitätsanalysen.

Bei der Prüfung und Einhaltung der Mindestschutzvorschriften greift Beiersdorf auf im Konzern etablierte Prozesse, Dokumentationen und Richtlinien zurück (siehe Kapitel Menschenrechte und Compliance). Beiersdorf setzt sich aktiv für die Einhaltung von Gesetzen, Verhaltensstandards und Menschenrechten ein. Die Beurteilung von Verstößen gegen die Achtung der Menschenrechte bei unseren Mitarbeitenden und in unserer Lieferkette haben wir in unserem jährlichen Risikomanagementprozess verankert. Mit Compliance-Programmen betreibt Beiersdorf aktiv Korruptionsprävention und steht für einen fairen Wettbewerb. Durch geeignete Überwachungsmaßnahmen stellt Beiersdorf sicher, dass die Anforderungen an die Mindestschutzvorschriften der EU-Taxonomie erfüllt werden.

Im Rahmen unserer Analysen konnte ein taxonomiekonformer Anteil für folgende Aktivitäten identifiziert werden:

- Aktivität 6.5 Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen
- Aktivität 7.5 Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden
- Aktivität 7.6 Installation, Wartung und Reparatur von Technologien für erneuerbare Energien
- Aktivität 7.7 Erwerb von und Eigentum an Gebäuden

Für die Prüfung der Erfüllung der technischen Bewertungskriterien im Zusammenhang mit der Aktivität 7.7 „Erwerb von und Eigentum an Gebäuden“ wurde in erster Linie auf vorliegende Energieausweise (EPCs) und den hierin aufgeführten Primärenergiebedarf abgestellt. Für den Fall, dass kein Energieausweis vorlag, wurde stattdessen auf alternative externe Bestätigungen zurückgegriffen, welche die in den technischen Bewertungskriterien geforderten Grenzwerte (z. B. Energieklasse A) entsprechend belegen.

Bei dem Großteil der taxonomiefähigen Aktivitäten von Beiersdorf handelt es sich um Produkte und Services, die von Lieferanten und Dienstleistern bezogen werden. Teilweise lagen für die Wirtschaftsaktivitäten keine Nachweise und Bestätigungen Dritter vor, um eine mögliche Taxonomiekonformität der Aktivitäten abschließend zu würdigen. Für andere Wirtschaftsaktivitäten konnten die technischen Bewertungskriterien nicht vollumfänglich erfüllt werden, sodass für diesen Anteil kein taxonomiekonformer Ausweis erfolgt. Dies betrifft insbesondere Anteile der Investitions- und Betriebsausgaben für die Aktivitäten 6.5 und 7.7.

Für das Berichtsjahr 2023 ist grundsätzlich weiterhin festzuhalten, dass der Nachweis der Taxonomiekonformität der identifizierten taxonomiefähigen Aktivitäten sowohl Beiersdorf als auch seine Lieferanten vor erhebliche Herausforderungen stellte. Zu Teilen waren die technischen Bewertungskriterien für die Taxonomiekonformität einzelner Aktivitäten zum Zeitpunkt der Planung von Investitionsprojekten noch nicht veröffentlicht oder hinreichend konkretisiert. Dieser Umstand führt insbesondere bei langfristig angelegten Investitionsprojekten (z. B. Investitionen in Verwaltungsgebäude oder Werkserweiterungen), bei denen der zeitliche Abschluss der Projekt- und Planungsphase deutlich vor Veröffentlichung der Bewertungskriterien liegt, zu erschwerten Bedingungen bei der Analyse und Prüfung der umfangreichen Nachweisführung. Auch im Hinblick auf das Berichtsjahr 2024 und die kommenden Jahre wird Beiersdorf weiterhin an einer Verbesserung einzelner Berichtsprozesse für die Prüfung der Taxonomiekonformität der identifizierten taxonomiefähigen Aktivitäten arbeiten und die Erkenntnisse aus den Analysen für das Berichtsjahr 2023 heranziehen.

## Kennzahlen zur EU Taxonomie

### Kennzahlen Umsatz

1	2	2023		Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						DNSH-Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)						18	19	20	
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16				17
Wirtschaftstätigkeiten	Nummer	Umsatz Gesamt tEUR	Anteil Umsatz %	Klimaschutz J; N; N/EL	Anpassung an den Klimawandel J; N; N/EL	Wasser- und Meeresressourcen J; N; N/EL	Umweltverschmutzung J; N; N/EL	Kreislaufwirtschaft J; N; N/EL	Biologische Vielfalt J; N; N/EL	Klimaschutz J/N	Anpassung an den Klimawandel J/N	Wasser- und Meeresressourcen J/N	Umweltverschmutzung J/N	Kreislaufwirtschaft J/N	Biologische Vielfalt J/N	Mindeststandards Soziale J/N	Anteil taxonomiekon- former (A.1.) oder taxonomiefähiger (A.2.) Umsatz, Jahr 2022 %	Kategorie ermögli- chende Tätigkeit E	Kategorie Übergangs- tätigkeit T
<b>A. TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN</b>		<b>tEUR</b>	<b>%</b>	<b>J; N; N/EL</b>	<b>J; N; N/EL</b>	<b>J; N; N/EL</b>	<b>J; N; N/EL</b>	<b>J; N; N/EL</b>	<b>J; N; N/EL</b>	<b>J/N</b>	<b>J/N</b>	<b>J/N</b>	<b>J/N</b>	<b>J/N</b>	<b>J/N</b>	<b>J/N</b>	<b>%</b>	<b>E</b>	<b>T</b>
<b>A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)</b>																			
<b>Umsatz ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)</b>		<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>0%</b>		
<b>Davon ermöglichende Tätigkeiten</b>		0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	J	J	J	J	J	J	J	0%	E	
<b>Davon Übergangstätigkeiten</b>		0	0%	0%						J	J	J	J	J	J	J	0%		T
<b>A.2. Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)</b>																			
Herstellung von Batterien	CCM 3.4	16.248	0,2%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,2%		
<b>Umsatz taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)</b>		<b>16.248</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,2 %</b>	<b>N/EL</b>	<b>N/EL</b>	<b>N/EL</b>	<b>N/EL</b>	<b>N/EL</b>								<b>0,2%</b>		
<b>Gesamt A.1 + A.2</b>		<b>16.248</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,2 %</b>	<b>N/EL</b>	<b>N/EL</b>	<b>N/EL</b>	<b>N/EL</b>	<b>N/EL</b>								<b>0,2%</b>		
<b>B. NICHT TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN</b>																			
Umsatz nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		9.431.091	99,8%																
<b>Gesamt A + B</b>		<b>9.447.339</b>	<b>100%</b>																

Kennzahlen CapEx

1	2023		Kriterien für einen wesentlichen Beitrag										DNSH-Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)						18	19	20
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17					
Wirtschaftstätigkeiten	Nummer	CapEx Gesamt	Anteil CapEx	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Umweltverschmutzung	Kreislaufwirtschaft	Biologische Vielfalt	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Umweltverschmutzung	Kreislaufwirtschaft	Biologische Vielfalt	Soziale Mindeststandards	Anteil taxonomiekonformer (A.1.) oder taxonomiefähiger (A.2.) CapEx, Jahr 2022	Kategorie ermöglichende Tätigkeit	Kategorie Übergangstätigkeit		
A. TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN		tEUR	%	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	%	E	T		
<b>A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)</b>																					
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	CCM 6.5	96	0%	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	J	J	J	J	J	J	J	0%		T		
Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	CCM 7.5	134	0%	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	J	J	J	J	J	J	J	0%				
Installation, Wartung und Reparatur von Technologien für erneuerbare Energien	CCM 7.6	967	0,2%	0,2%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	J	J	J	J	J	J	J	0%				
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	CCM 7.7	99.593	15,7%	15,7%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	J	J	J	J	J	J	J	0%				
<b>CapEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)</b>		<b>100.790</b>	<b>15,9%</b>	<b>15,9%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>0%</b>				
<b>Davon ermöglichende Tätigkeiten</b>		<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>0%</b>	<b>E</b>			
<b>Davon Übergangstätigkeiten</b>		<b>96</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>						<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>0%</b>		<b>T</b>		
<b>A.2. Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)</b>																					
Erzeugung von Wärme/Kälte aus Abwärme	CCM 4.25	118	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,7%				
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	CCM 6.5	17.710	2,8%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%				

Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten	CCM 7.3	4.193	0,7%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,4%		
Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	CCM 7.5	31	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,2%		
Installation, Wartung und Reparatur von Technologien für erneuerbare Energien	CCM 7.6	3.690	0,6%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,5%		
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	CCM 7.7	82.049	12,9%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0%		
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	CCM 8.1	793	0,1%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,9%		
<b>CapEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)</b>		<b>108.584</b>	<b>17,1%</b>	<b>17,1%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>									<b>2,7%</b>		
<b>Gesamt A.1 + A.2</b>		<b>209.374</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>									<b>2,7%</b>		
<b>B. NICHT TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN</b>																				
CapEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		424.890	67%																	
<b>Gesamt A + B</b>		<b>634.264</b>	<b>100%</b>																	

Kennzahlen OpEx

1	2023			Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						DNSH-Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)							18	19	20
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17			
Wirtschaftstätigkeiten	Nummer	OpEx Gesamt	Anteil OpEx	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Umweltverschmutzung	Kreislaufwirtschaft	Biologische Vielfalt	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Umweltverschmutzung	Kreislaufwirtschaft	Biologische Vielfalt	Mindeststandards Soziale	Anteil taxonomiekonformer (A.1.) oder taxonomiefähiger (A.2.) OpEx, Jahr 2022	Kategorie ermöglichende Tätigkeit	Kategorie Übergangstätigkeit
<b>A. TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN</b>		tEUR	%	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J; N; N/EL	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	%	E	T
<b>A.1. Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)</b>																			
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	CCM 6.5	40	0%	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	J	J	J	J	J	J	J	0%		T
Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	CCM 7.5	6	0%	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	J	J	J	J	J	J	J	0%		
Installation, Wartung und Reparatur von Technologien für erneuerbare Energien	CCM 7.6	42	0%	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	J	J	J	J	J	J	J	0%		
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	CCM 7.7	4.329	0,9%	0,9%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	J	J	J	J	J	J	J	0%		
<b>OpEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)</b>		<b>4.417</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>0%</b>		
<b>Davon ermöglichende Tätigkeiten</b>		0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	J	J	J	J	J	J	J	0%	E	
<b>Davon Übergangstätigkeiten</b>		40	0%	0%						J	J	J	J	J	J	J	0%		T
<b>A.2. Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)</b>																			
Herstellung von Batterien	CCM 3.4	2.537	0,5%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,6%		
Erzeugung von Wärme/Kälte aus Abwärme	CCM 4.25	14	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,2%		
Hocheffiziente Kraft-Wärme/Kälte-Kopplung mit fossilen gasförmigen Brennstoffen	CCM 4.30	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,1%		

Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	CCM 6.5	5.670	1,2%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL											1%		
Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten	CCM 7.3	755	0,2%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL											0,2%		
Installation, Wartung und Reparatur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehörenden Parkplätzen)	CCM 7.4	4	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL											0%		
Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	CCM 7.5	156	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL											0,1%		
Installation, Wartung und Reparatur von Technologien für erneuerbare Energien	CCM 7.6	110	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL											0%		
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	CCM 7.7	3.553	0,7%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL											0%		
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	CCM 8.1	8.563	1,8%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL											2%		
Datenbasierte Lösungen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen	CCM 8.2	174	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL											0%		
<b>OpEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)</b>		<b>21.536</b>	<b>4,5%</b>	<b>4,5%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>											<b>4,2%</b>		
<b>Gesamt A.1 + A.2</b>		<b>25.953</b>	<b>5,4%</b>	<b>5,4%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>											<b>4,2%</b>		
<b>B. NICHT TAXONOMIEFÄHIGE TÄTIGKEITEN</b>																						
OpEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		454.702	94,6%																			
<b>Gesamt A + B</b>		<b>480.655</b>	<b>100%</b>																			

## Relevante Kennzahlen zur Nichtfinanziellen Erklärung des Beiersdorf Konzerns

Unternehmensbereich Consumer	Einheit	2022	2023
<b>Umweltbelange</b>			
THG-Emissionen (Scope 1 und Scope 2)	t CO <sub>2</sub> e	40.820	35.585
THG-Emissionen (Scope 3) unter Berücksichtigung von Zertifikaten für Biokraftstoffe	t CO <sub>2</sub> e	994.613	974.015
THG-Emissionen (Scope 3) ohne Berücksichtigung von Zertifikaten für Biokraftstoffe	t CO <sub>2</sub> e	1.005.213	985.177
Reduktion absoluter THG-Emissionen (Scope 1 und Scope 2) vs. 2018	%	31	40
Reduktion absoluter THG-Emissionen (Scope 3) vs. 2018 <sup>1</sup>	%	16,3	18,0
Reduktion von neuem erdölbasiertem Plastik <sup>2</sup> vs. 2019	%	15	16
Anteil Rezyklat in unseren Kunststoffverpackungen <sup>2</sup>	%	10	12
Reduktion der nicht biologisch abbaubaren Polymere in europäischen Produktformeln (basierend auf dem Rohmaterialvolumen) <sup>2</sup> vs. 2016	%	63	67
Reduktion von Mikroplastik <sup>3</sup> in NIVEA Produkten (basierend auf dem Rohmaterialvolumen) vs. 2016	%	100	100
Reduktion von Mikroplastik <sup>3</sup> in Eucerin Produkten (basierend auf dem Rohmaterialvolumen) vs. 2016	%	76	100
Anteil an massenbilanziertem Palm(kern)öl und Derivaten <sup>2</sup>	%	100	100
Anteil an FSC-zertifiziertem Papier in Faltschachteln <sup>2</sup>	%	100	100
<b>Arbeitnehmer*innenbelange</b>			
Anteil Frauen in Managementgruppen 1- 3	%	40	43
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 1	%	100	100
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 2	%	89	73
Accident Frequency Rate (AFR)	Unfälle pro eine Mio. Arbeitsstunden	0,5	0,4
<b>Achtung der Menschenrechte</b>			
Abdeckung Risikoscreening Lieferanten	%	100	100
Abdeckung Code of Conduct	%	91	92
<b>Compliance</b>			
Teilnehmendenquote Compliance-Trainings	%	97	98
<b>Unternehmensbereich tesa</b>			
<b>Umweltbelange</b>			
THG-Emissionen (Scope 1 und Scope 2)	t CO <sub>2</sub> e	50.860	43.447
Spezifische THG-Emissionen pro Tonne Endprodukt	t CO <sub>2</sub> e	0,71	0,73
Strom aus erneuerbaren Energiequellen	%	66	65
<b>Arbeitnehmer*innenbelange</b>			
Accident Frequency Rate (AFR)	Unfälle pro eine Mio. Arbeitsstunden	3,6	2,7
<b>Compliance</b>			
Teilnehmendenquote Compliance-Trainings	%	99	98
<b>Menschenrechte</b>			
Abdeckung direktes Einkaufsvolumen durch EcoVadis	%	54	70
<b>Produktsicherheit</b>			
tesa Werke mit Qualitätsmanagementzertifikaten	%	100	100

<sup>1</sup> Unter Berücksichtigung der Reduktion durch Biokraftstoff-Zertifikate.<sup>2</sup> Daten umfassen nicht die Marke Coppertone.<sup>3</sup> Gemäß der Definition des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP).

## Relevante Kennzahlen zur Nichtfinanziellen Erklärung der Beiersdorf AG

	Einheit	2022	2023
<b>Umweltbelange</b>			
THG-Emissionen (Scope 1 und Scope 2)	t CO <sub>2</sub> e	5.956	5.204
Absolute Reduktion Treibhausgasemissionen (Scope 1 und Scope 2) vs. 2018	%	10	21,5
<b>Arbeitnehmer*innenbelange</b>			
Anteil Frauen in 1. Führungsebene	%	31	39
Anteil Frauen in 2. Führungsebene	%	48	42
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 1	%	N/A	100
Anteil interne Besetzung Managementgruppe 2	%	100	89
„Accident Frequency Rate“ (AFR)	Unfälle pro eine Mio. Arbeitsstunden	2,1	3,8
<b>Compliance</b>			
Teilnehmendenquote Compliance-Trainings	%	97	97

# Wirtschaftsbericht

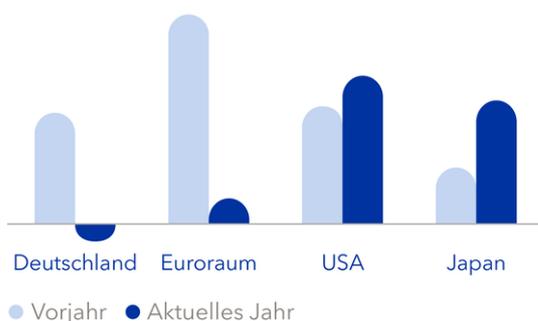
## Wirtschaftliches Umfeld

### Allgemeine wirtschaftliche Lage

#### Bruttoinlandsprodukt<sup>1</sup>

Veränderung zum Vorjahr (in %)

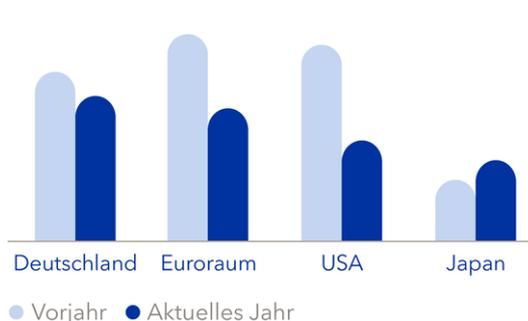
1,8 | -0,3    3,4 | 0,4    1,9 | 2,4    0,9 | 2,0



#### Inflationsrate<sup>1</sup>

Veränderung zum Vorjahr (in %)

6,9 | 5,9    8,4 | 5,4    8,0 | 4,1    2,5 | 3,3



<sup>1</sup> Commerzbank Research.

Die **Weltwirtschaft** verlor an Schwung. Trotz eines robusten Starts in das Jahr 2023 verlangsamte sich das Wachstum spürbar über den Sommer. Dies resultierte im Wesentlichen aus einer schwachen Industrieproduktion und einem signifikanten Anstieg der Zinsen in den meisten Weltregionen, welche insbesondere die Wohnungsbauinvestitionen hemmten. Ein weiterer dämpfender Faktor war die verhaltene wirtschaftliche Entwicklung Chinas, die wesentlich auf der Verschuldung im Immobiliensektor des Landes basierte. Die Inflation sank nur langsam von einem sehr hohen Niveau. Die Realeinkommenszuwächse, resultierend aus Lohnanpassungen, trugen nur schrittweise zur Stimulierung des Konsums bei. Lieferkettenschwierigkeiten wurden größtenteils durch neue Herausforderungen ersetzt. Obwohl die durch die Pandemie unterbrochenen Lieferketten weitgehend wiederhergestellt wurden, zeigte das weltweite verarbeitende Gewerbe angesichts eines schwachen Produktivitätswachstums, dem Auslaufen der COVID-19-Stützungsmaßnahmen und schwieriger finanzieller Bedingungen Schwächen. Zusätzlich hat die Verschiebung der Nachfrage in Richtung des Dienstleistungssektors sowie die gestiegene Unsicherheit über die zukünftige geoökonomische Lage zu einer Zurückhaltung bei Investitionen geführt.

Die Stimmungsindikatoren für den Unternehmenssektor und die privaten Haushalte in **Europa** zeigten im Verlauf des Jahres 2023 häufig gegenläufige Entwicklungen. Der deutliche Anstieg der Zinsen und die damit einhergehende Abnahme der Inflationsrate sorgten bei den Verbraucher\*innen für ein gewisses Aufatmen. Das Konsumklima hat sich seit dem Tiefpunkt im Herbst 2022, als die Inflationsrate im Euroraum zeitweise zweistellige Raten aufwies, allmählich stabilisiert. Hingegen wird die Lage in der Industrie besonders kritisch gesehen. Diese litt unter schwacher globaler Nachfrage und verschlechterter preislicher Wettbewerbsfähigkeit, ausgelöst durch die Euro-Aufwertung. In der zweiten Jahreshälfte zeichnete sich ein Rückgang von Neubestellungen in der Industrie ab. Dieser Rückgang schlug allerdings bisher nicht vollständig auf die Produktion durch, da die Unternehmen noch viele wegen der zwischenzeitlich bestehenden Lieferengpässe liegen gebliebenen Aufträge abgearbeitet haben. Ebenfalls schlecht sah es in der Bauwirtschaft aus. Die deutlich verschlechterten Finanzierungsbedingungen und die drastisch gestiegenen Baukosten hatten die Nachfrage nach Bauleistungen merklich gedämpft.

Die **deutsche** Wirtschaft blieb 2023 weiterhin in einer schwierigen Lage. Insbesondere der private Verbrauch erwies sich als anfällig für konjunkturelle Schwächen, und auch die Exporte verzeichneten einen Rückgang. Die Spannungen zwischen China und dem Westen führten zu einem unterdurchschnittlichen Wachstum des Außenhandels. Obwohl sich die Belastung von Unternehmen und privaten Haushalten durch die Energiepreise verringerte, reichte dies nicht aus, um andere negative Einflussfaktoren zu kompensieren, denn die massiven Zinserhöhungen der meisten Zentralbanken bremsten die Wirtschaft. Sie haben die Nachfrage nach Industriegütern und Wohnbauten deutlich verringert. Die Schwankungen in den Auftragseingängen der Industrie waren stark ausgeprägt. Verantwortlich dafür war, dass der Umfang an Großaufträgen von Monat zu Monat variierte. Trotz dieser Herausforderungen konnten die Unternehmen die Produktion weitgehend stabil halten und somit die in den vergangenen Jahren aufgebauten Auftragsbestände abbauen.

In den **USA** verzeichnete die Wirtschaft ein recht starkes Wachstum, hauptsächlich aber aufgrund einer ungewöhnlich expansiven Fiskalpolitik. Die Inflationsrate, welche im ersten Halbjahr noch deutlich gesunken ist, konnte im zweiten Halbjahr den Trend nicht fortsetzen, insbesondere aufgrund eines zwischenzeitlichen deutlichen Anstiegs der Benzinpreise. Sowohl der private Konsum als auch die Anlageinvestitionen verzeichneten dennoch spürbare Zuwächse. Letzteres lässt sich wahrscheinlich auf die eingeführten Subventionen für die Halbleiterindustrie und Transformationstechnologien zurückführen. Bei den Wohnungsbauinvestitionen hat sich der Abschwung fortgesetzt, ist aber etwas abgeschwächt. Zum Jahresende machten sich die bremsenden Faktoren zunehmend bemerkbar. Die Sparquote erreichte zuletzt ungewöhnlich niedrige Werte.

In **Japan** legte die gesamtwirtschaftliche Produktion im ersten Halbjahr 2023 kräftig zu, hauptsächlich aufgrund steigender Exporte infolge einer erheblichen Abwertung des Yens. Diese bedingte auch den für japanische Verhältnisse sehr deutlichen Anstieg der Inflation.

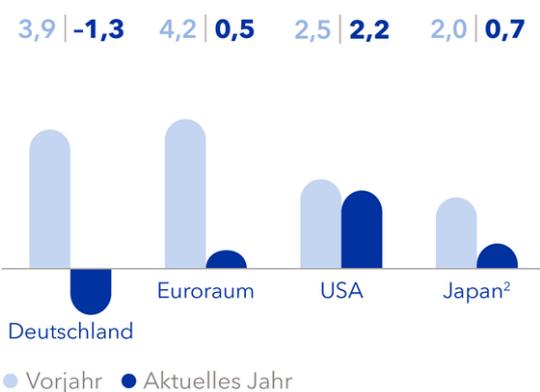
Die Entwicklung in den **Wachstumsmärkten** ergab ein gemischtes Bild. **China** überraschte in den letzten Monaten des Jahres in negativer Hinsicht. Das Ende der Null-COVID-Politik im Dezember 2022 gab der Wirtschaft nur kurzzeitig Schub. Die Probleme am Immobilienmarkt hatten deutliche Auswirkung auf die Konjunktur. In Kombination mit Unsicherheiten auf dem Arbeitsmarkt, belastete diese Entwicklungen den Konsum. Zudem verzeichneten die Industrieproduktionen, die Unternehmensinvestitionen und die Exporte einen Rückgang, was sowohl auf eine nachlassende Auslandsnachfrage als auch auf geopolitische Unsicherheiten zurückzuführen ist. In **Russland** hat die gesamtwirtschaftliche Produktion im zweiten Quartal 2023 ihr Niveau von vor dem Überfall auf die Ukraine wieder erreicht. Im Zusammenhang mit den gestiegenen Militärausgaben erhöhten sich die Investitionen, aber auch der private Konsum stieg dank höherer Reallöhne und Sozialleistungen. Trotzdem zeigen sich Engpässe am Arbeitsmarkt, da seit Beginn des Kriegs viele Arbeitskräfte in die Armee eingezogen wurden oder das Land verlassen haben, um dem Kriegsdienst zu entgehen. Dennoch erwies sich die gesamtwirtschaftliche Entwicklung als robust. Der Anstieg des Wachstums spiegelte einen erheblichen fiskalischen Stimulus, starke Investitionen und einen stabilen Konsum vor dem Hintergrund eines angespannten Arbeitsmarktes wider. Das Wachstum wurde größtenteils durch die Produktion militärischer Güter angetrieben, die der Bevölkerung nicht zugutekommen. Die **brasilianische** Wirtschaft profitierte von einer Rekordernte. Auch die hohen Einnahmen aus dem Export von Erdöl und Eisenerz sowie die Erholung des Dienstleistungssektors kurbelten das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts an. Die Drosselung der Ölproduktion sorgte für eine schwache Entwicklung im **Nahen Osten**. Die Abnahme der Aktivitäten im Ölsektor wurde hingegen durch andere Wirtschaftsbereiche kompensiert, gestützt durch einen anhaltenden privaten Konsum, strategische Anlageinvestitionen und eine förderliche fiskalpolitische Ausrichtung. Die **indische** Wirtschaft bleibt weiterhin ein zuverlässiger Wachstumsmotor für die globale Konjunktur. 2023 konnte das hohe Tempo des Vorjahrs beibehalten werden. Bereits das dritte Jahr in Folge prägte ein kräftiger Anstieg der privaten Investitionen die indische Konjunktur. Gleichzeitig konnte das rekordhohe Niveau der Exporte des Vorjahrs gehalten werden. Die **südostasiatischen Schwellenländer** sind im Aufwind. Ihre Fundamentaldaten stabilisieren sich, das Wachstum kehrt zurück, die Leistungsbilanzen der Unternehmen sehen solide aus.

## Absatzmarktentwicklung

Auch 2023 war das globale Marktumfeld geprägt von Volatilität. Materialengpässe aufgrund von einerseits weiterhin beanspruchten Lieferketten und andererseits sich sehr positiv entwickelnden Märkten waren eine zentrale Herausforderung, während geopolitische Anspannungen und weiterhin hohe Inflation Rezessionsängste schürten. Während sich die globalen Rohstoffpreise leicht entspannten, blieben Energiekosten weiter auf sehr hohem Niveau. Der globale Kosmetikmarkt wuchs trotz der herausfordernden Umstände sowohl in Menge als auch im Wert. Einzig der Kosmetikmarkt in China entwickelte sich weniger dynamisch als erwartet nach dem Ende der COVID-19-Maßnahmen. In der globalen Betrachtung konnten insbesondere die Kategorien Deo, Sun und Lippenpflege im Vergleich zum Vorjahr zulegen.

### Privater Konsum<sup>1</sup>

Veränderung zum Vorjahr (in %)



<sup>1</sup> Commerzbank Research.  
<sup>2</sup> OECD.

Im Geschäftsjahr 2023 war die Geschäftstätigkeit des Unternehmensbereichs tesa weiterhin von Unsicherheit geprägt. Die globale Erholung von der COVID-19-Pandemie verläuft langsam und uneinheitlich. Die russische Invasion in der Ukraine beeinflusst weiterhin die Wirtschaftslage. Die Wirtschaftstätigkeit liegt nach wie vor unter dem Niveau vor der Pandemie, und der Konflikt im Nahen Osten hat die Märkte zusätzlich verunsichert. Die Inflation blieb auf einem hohen Niveau, wenn auch unter den Spitzenwerten des Vorjahres. In diesem Umfeld entwickelten sich die industriellen Absatzmärkte unterschiedlich. Die Automobilbranche zeigte sich stark und konnte global zulegen. Andere industrielle Absatzmärkte und auch das Handelsgeschäft waren hingegen durch eine hohe Verunsicherung der Kunden, Maßnahmen zum Bestandsabbau und eine insgesamt rückläufige Entwicklung gekennzeichnet. Dies galt insbesondere für Europa und bedingt für Nordamerika, während positive Wachstumsimpulse aus Asien kamen.

## Beschaffungsmarktentwicklung

Das Jahr 2023 war weiterhin geprägt durch Ausläufer der Lieferkrise der vergangenen zwei Jahre. Vor allem im ersten Halbjahr kam es zu weiteren Lieferengpässen, gepaart mit einer signifikanten Inflation auf vielen Roh-/Packstoff- und Logistikmärkten. Dies lag zum einen an großen makroökonomischen Unsicherheiten, wie beispielsweise dem Russland-Ukraine Krieg, dem China-Taiwan Konflikt oder einer verlangsamten Erholung des chinesischen Produktionsoutputs. Zum anderen verblieben Energiekosten auf einem hohen Niveau, was in Verbindung mit anderen inflationären Inputfaktoren die Produktionskosten weiter steigerte. In der zweiten Jahreshälfte war eine erste Korrektur wichtiger Material- und Dienstleistungsmärkte zu beobachten, die vor allem durch die Ausweitung von Kapazitäten begründet war. Dadurch konnten in Verbindung mit einem abteilungsübergreifenden Engpassmanagement und Präferenz bei wichtigen Lieferanten die negativen Auswirkungen der Lieferengpässe für unsere Produktionsstandorte und Handelspartner weiter begrenzt werden.

## Gesamtaussage zu den Rahmenbedingungen

Im Jahr 2023 konnte sich der weltweite Kosmetikmarkt positiv entwickeln. Im Massenmarkt, in dem NIVEA konkurriert, war das Wachstum zwar zum größten Teil noch durch Preissteigerungen getrieben, aber auch das Mengenwachstum war positiv. Im dermokosmetischen Hautpflegemarkt waren die

Komponenten des Wachstums bereits ausgeglichener. Insgesamt konnte sowohl der Bereich Skin Care (Hautpflegeprodukte) als auch der Bereich Personal Care (Deo, Seifen, Duschgels) ein starkes Wachstum ausweisen. Im Unternehmensbereich Consumer lag der Fokus weiterhin auf dem Skin Care-Bereich, in den der größte Anteil unseres Marketingbudgets investiert wird. Erneut konnten alle Skin Care Unterkategorien im Geschäftsjahr wachsen.

Im Unternehmensbereich tesa zeigten sich auch im Berichtsjahr 2023 deutliche Auswirkungen der weiterhin hohen Inflation und deutlich angestiegene Preise für Rohstoffe, Logistik und Energie. tesa verzeichnete trotz schwieriger Rahmenbedingungen Umsatzzuwächse durch neue Produkte, die Gewinnung neuer Kunden und Projekte und durch notwendige Preiserhöhungen in den beiden Hauptbereichen Industry und Consumer.

## Ertragslage

### Ertragslage Konzern

#### Gewinn- und Verlustrechnung

(in Mio. €)

	2022	2023	Entwicklung in % <sup>1</sup>
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>8.799</b>	<b>9.447</b>	<b>7,4</b>
Kosten der umgesetzten Leistungen	-3.842	-4.031	4,9
<b>Brutto-Ergebnis</b>	<b>4.957</b>	<b>5.416</b>	<b>9,3</b>
Marketing- und Vertriebskosten	-2.998	-3.250	8,4
Forschungs- und Entwicklungskosten	-291	-320	10,2
Allgemeine Verwaltungskosten	-524	-570	8,9
Sonstiges betriebliches Ergebnis (ohne Sondereffekte)	14	-8	-
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)</b>	<b>1.158</b>	<b>1.268</b>	<b>9,4</b>
Sondereffekte	-66	-163	-
<b>Betriebliches Ergebnis (EBIT)</b>	<b>1.092</b>	<b>1.105</b>	<b>1,2</b>
Finanzergebnis	4	-	-
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>1.096</b>	<b>1.105</b>	<b>0,8</b>
Ertragsteuern	-325	-356	9,5
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>771</b>	<b>749</b>	<b>-2,9</b>

<sup>1</sup> Die prozentualen Veränderungen beziehen sich auf Werte in Tsd. €.

## Umsatz

Der Konzernumsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr organisch um 10,8 %. Der Unternehmensbereich Consumer konnte einen erfreulichen, zweistelligen organischen Umsatzzuwachs von 12,5 % verzeichnen. Der Unternehmensbereich tesa erzielte ein organisches Umsatzwachstum von 3,2 %. Wechselkurse verringerten das nominale Wachstum um 3,3 Prozentpunkte. Strukturelle Effekte beeinflussten den Umsatz insgesamt negativ um 0,1 Prozentpunkte. Nominal erhöhte sich der Konzernumsatz um 7,4 % gegenüber dem Vorjahr und erreichte 9.447 Mio. € (Vorjahr: 8.799 Mio. €).

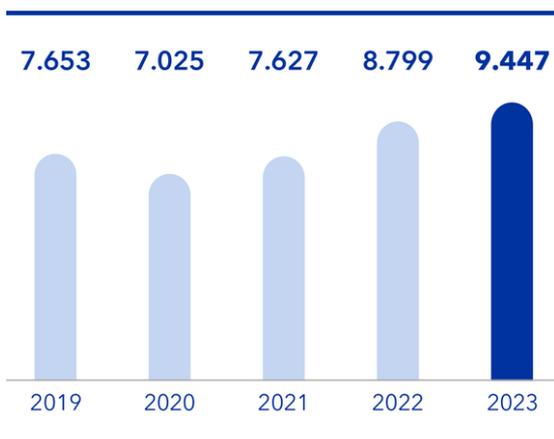
In **Europa** stieg der Umsatz organisch um 8,0 % gegenüber dem Vorjahr. Nominal belief sich der Umsatz auf 4.161 Mio. € (Vorjahr: 3.900 Mio. €) und lag damit um 6,7 % über dem Vorjahr.

Das organische Wachstum in **Amerika** lag 16,8 % über dem Vorjahr. Nominal stieg der Umsatz um 16,8 % auf 2.484 Mio. € (Vorjahr: 2.126 Mio. €).

Der Umsatz in der Region **Afrika/Asien/Australien** lag organisch um 10,1 % über dem Vorjahr. Nominal konnte ein Anstieg von 1,0 % auf 2.802 Mio. € (Vorjahr: 2.773 Mio. €) verzeichnet werden.

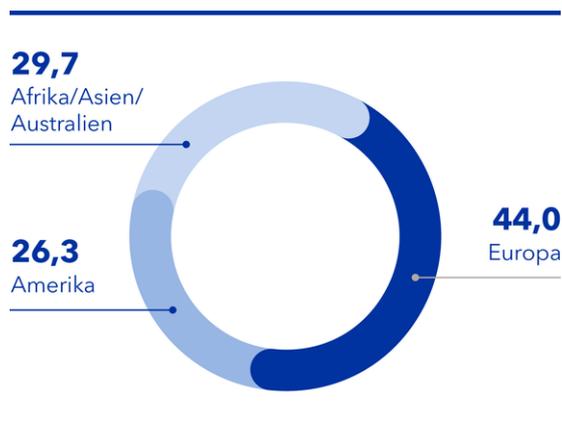
### Umsatz Konzern

(in Mio. €)



### Umsatz Konzern nach Regionen

(in %)



## Aufwand/sonstiges betriebliches Ergebnis

Die **Kosten der umgesetzten Leistungen** entwickelten sich mit 4,9 % unterproportional zum Umsatz. Der anhaltende Preisdruck auf den Beschaffungsmärkten sowie negative Wechselkurseffekte konnten durch positive Preis- und Mixeffekte sowie durch Effizienzsteigerungen mehr als kompensiert werden. Insgesamt ergab sich somit eine positive Entwicklung des **Brutto-Ergebnisses**.

Die **Marketing- und Vertriebskosten** stiegen um 8,4 % auf 3.250 Mio. € (Vorjahr: 2.998 Mio. €) und entwickelten sich damit überproportional zum starken Umsatzwachstum. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen bedingt durch höhere Investitionen in Digital Media sowie einen verstärkten Fokus auf Skin Care im Rahmen der C.A.R.E.+ Strategie. Der Marketingetat wird stetig an die geänderten Marktbedingungen und insbesondere an das geänderte Medienverhalten der Verbraucher\*innen angepasst. Insgesamt wurden für Werbung und Handelsmarketing 2.076 Mio. € (Vorjahr: 1.883 Mio. €) aufgewendet.

Die Aufwendungen für **Forschung und Entwicklung** wurden um 29 Mio. € auf 320 Mio. € erhöht (Vorjahr: 291 Mio. €). Ein Fokus lag dabei auf zukunftsweisenden Technologien und Forschungsfeldern, neuen Digitalisierungsmöglichkeiten und nachhaltigen Konzepten. Durch kontinuierliche

Forschungsarbeit - auch unter Berücksichtigung regionaler Besonderheiten - wird auf die Wünsche unserer Verbraucher\*innen weltweit eingegangen.

Die **allgemeinen Verwaltungskosten** stiegen von 524 Mio. € auf 570 Mio. € und sind vor allem verursacht durch die Wiederaufnahme der Reisetätigkeit nach COVID-19, die Stärkung unseres Unternehmens in Schlüsselbereichen wie E-Commerce und Digital sowie durch Investitionen in Digitalisierungsprojekte.

Das **sonstige betriebliche Ergebnis** (ohne Sondereffekte) beläuft sich auf -8 Mio. € (Vorjahr: 14 Mio. €). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf Gewinne aus Anlagenabgängen aus der Veräußerung eines nicht mehr benötigten Grundstücks bei der La Prairie Group AG im Vorjahr sowie auf höhere Wertberichtigungen auf Forderungen im Jahr 2023 zurückzuführen.

### Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)

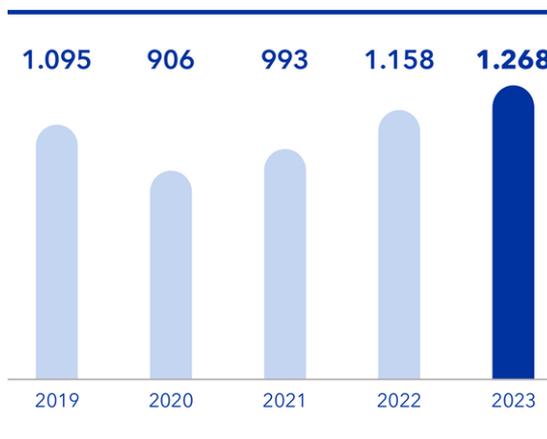
Die Beurteilung der operativen Ertragslage des Beiersdorf Konzerns erfolgt anhand des betrieblichen Ergebnisses (EBIT) ohne Sondereffekte. Diese Kennzahl ist nicht Bestandteil der IFRS und nur als freiwillige Zusatzinformation zu betrachten. Sondereffekte sind einmalige, nicht operative Geschäftsvorfälle.

Das EBIT ohne Sondereffekte betrug 1.268 Mio. € (Vorjahr: 1.158 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 13,4 % (Vorjahr: 13,2 %). Der Unternehmensbereich Consumer erzielte ein EBIT ohne Sondereffekte von 1.002 Mio. € (Vorjahr: 880 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 12,9 % (Vorjahr: 12,3 %). Der Unternehmensbereich tesa erreichte ein EBIT ohne Sondereffekte von 266 Mio. € (Vorjahr: 278 Mio. €) und eine EBIT-Umsatzrendite von 16,0 % (Vorjahr: 16,7 %).

In **Europa** verzeichnete der Konzern ein EBIT ohne Sondereffekte von 678 Mio. € (Vorjahr: 618 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 16,3 % (Vorjahr: 15,9 %). Das EBIT ohne Sondereffekte in **Amerika** lag bei 123 Mio. € (Vorjahr: 140 Mio. €). Der Rückgang lag im Wesentlichen an der Abwertung des Argentinischen Peso. Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 5,0 % (Vorjahr: 6,6 %). In **Afrika/Asien/Australien** betrug das EBIT ohne Sondereffekte 467 Mio. € (Vorjahr: 400 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite lag bei 16,7 % (Vorjahr: 14,5 %).

#### EBIT Konzern

ohne Sondereffekte (in Mio. €)



### Sondereffekte

Die Sondereffekte im Konzern beliefen sich insgesamt auf 163 Mio. € (Vorjahr: 66 Mio. €). Die gezeigten Sondereffekte beinhalten Wertminderungen des Geschäfts- oder Firmenwerts: von Chantecaille 160 Mio. € und tesa nie wieder bohren GmbH 4 Mio. €, sowie eine Wertminderung von 5 Mio. € (Vorjahr: 8 Mio. €) auf aus der Kaufpreisallokation verbleibenden der zahlungsmittelgenerierenden Einheit tesa Twinlock B.V. zugeordneten immateriellen Vermögenswerte. Zusätzlich enthalten sind Restrukturierungsaufwendungen der Supply Chain-Organisation und des Consumer Bereichs in Höhe von 19 Mio. € (Vorjahr: 43 Mio. €), Aufwendungen aus dem „Care-Beyond-Skin“-Programm in Höhe von 8 Mio. € (Vorjahr: 5 Mio. €) und Aufwendungen in Folge eines technischen Zwischenfalls beim tesa

Werk Concagno in Höhe von 10 Mio. €, sowie sonstige Aufwendungen in Höhe von 7 Mio. € (Vorjahr: 4 Mio. €), welche im Wesentlichen im Zusammenhang mit der Integration des Chantecaille-Geschäfts entstanden sind. Ebenfalls in den Sondereffekten enthalten sind Erträge aus der Veräußerung von Beiersdorf Daily Chemical (Wuhan) Co., Ltd. in Höhe von 11 Mio. €, 15 Mio. € für die Auflösung von Rückstellungen für erfolgsabhängige Kaufpreiskomponenten im Zusammenhang mit dem Erwerb von Chantecaille im Geschäftsjahr 2022 sowie Erträge aus Versicherungsleistungen hinsichtlich des technischen Zwischenfalls bei der tesa Werk Concagno in Höhe von 24 Mio. €.

### Betriebliches Ergebnis (EBIT)

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) erreichte 1.105 Mio. € (Vorjahr: 1.092 Mio. €). Dies entspricht einer EBIT-Umsatzrendite von 11,7 % (Vorjahr: 12,4 %).

### Finanzergebnis

Das Finanzergebnis betrug 0 Mio. € (Vorjahr: 4 Mio. €).

### Ertragsteuern

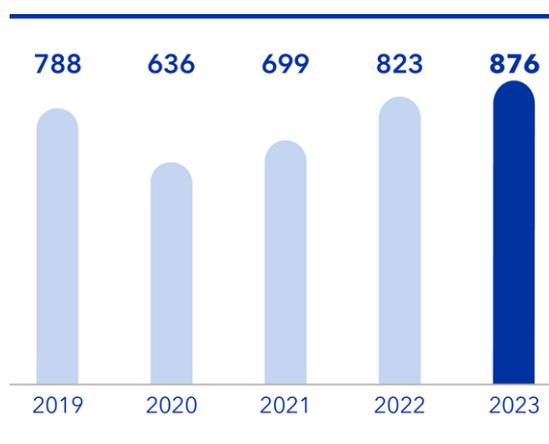
Der Ertragsteueraufwand lag bei 356 Mio. € (Vorjahr: 325 Mio. €). Die Steuerquote lag bei 32,2 % (Vorjahr: 29,6 %). Die Steuervorteile in Bezug auf die Sondereffekte betrugen 36 Mio. € (Vorjahr: 14 Mio. €).

### Jahresüberschuss

Der Jahresüberschuss betrug 749 Mio. € (Vorjahr: 771 Mio. €), die Umsatzrendite nach Steuern lag bei 7,9 % (Vorjahr: 8,8 %). Ohne Sondereffekte stieg der Jahresüberschuss auf 876 Mio. € (Vorjahr: 823 Mio. €), die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern lag bei 9,3 % (Vorjahr: 9,4 %).

#### Jahresüberschuss Konzern

ohne Sondereffekte (in Mio. €)



### Ergebnis je Aktie - Dividende

Das Ergebnis je Aktie lag bei 3,24 € (Vorjahr: 3,33 €). Ohne Sondereffekte betrug es 3,80 € (Vorjahr: 3,56 €). Berechnet wurden diese Werte auf Basis der gewichteten Anzahl der dividendenberechtigten Aktien von 226.818.984 Stück. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung eine Dividende in Höhe von 1,00 € (Vorjahr: 0,70 €) je dividendenberechtigter Stückaktie vorschlagen. Für weitere Angaben zu Anzahl, Art und Nennwert der Aktien wird auf die Anhangangabe 19 „Gezeichnetes Kapital“ im Konzernanhang verwiesen.

## Ertragslage Unternehmensbereiche

### Consumer

#### Umsatzentwicklung Unternehmensbereich Consumer

(in Mio. €)

	01.01.-31.12.2022	01.01.-31.12.2023	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
<b>Europa</b>	<b>3.104</b>	<b>3.364</b>	<b>8,4</b>	<b>9,7</b>
Westeuropa	2.505	2.672	6,7	6,8
Osteuropa	599	692	15,5	21,9
<b>Amerika</b>	<b>1.841</b>	<b>2.196</b>	<b>19,3</b>	<b>19,1</b>
Nordamerika	900	980	8,8	12,2
Lateinamerika	941	1.216	29,2	25,6
<b>Afrika/Asien/Australien</b>	<b>2.186</b>	<b>2.220</b>	<b>1,6</b>	<b>11,1</b>
<b>Gesamt</b>	<b>7.131</b>	<b>7.780</b>	<b>9,1</b>	<b>12,5</b>

Der Umsatz im Unternehmensbereich **Consumer** erreichte 2023 ein organisches Umsatzwachstum von 12,5 %. Das Wachstum erhöhte sich um 0,1 Prozentpunkte durch strukturelle Effekte.

Wechselkurseffekte reduzierten das Wachstum um 3,5 Prozentpunkte. Nominal erhöhte sich der Umsatz somit um 9,1 % auf 7.780 Mio. € (Vorjahr: 7.131 Mio. €).

Im Unternehmensbereich Consumer trugen alle Regionen zum Wachstum bei. Marktanteilsgewinne konnten mit der Marke NIVEA insbesondere in Emerging Markets mit einer sehr starken Entwicklung in Mexiko, Chile und Indien verzeichnet werden. Der Bereich Derma konnte mit den Marken Eucerin und Aquaphor in den USA, Mexiko und Deutschland ebenfalls Marktanteile hinzugewinnen. Der Bereich Healthcare verzeichnete ebenfalls Marktanteilsgewinne, insbesondere in Deutschland, Australien, Mexiko und Indonesien.

Das EBIT ohne Sondereffekte betrug 1.002 Mio. € (Vorjahr: 880 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 12,9 % (Vorjahr: 12,3 %). Die Sondereffekte im Bereich Consumer beliefen sich auf 168 Mio. € (Vorjahr: 52 Mio. €). Die gezeigten Sondereffekte des Berichtsjahres beinhalten im Wesentlichen eine Wertverminderung des Geschäfts- oder Firmenwertes von Chantecaille in Höhe von 160 Mio. € sowie Restrukturierungsaufwendungen der Supply-Chain-Organisation und des Consumer Bereichs in Höhe von 19 Mio. € (Vorjahr: 43 Mio. €), Aufwendungen aus dem „Care-Beyond-Skin“-Programm in Höhe von 8 Mio. € (Vorjahr: 5 Mio. €) sowie sonstige Aufwendungen in Höhe von 7 Mio. € (Vorjahr: 4 Mio. €), welche im Wesentlichen im Zusammenhang mit der Integration des Chantecaille-Geschäfts entstanden sind. Ebenfalls in den Sondereffekten enthalten sind Erträge aus der Veräußerung von Beiersdorf Daily Chemical (Wuhan) Co., Ltd. in Höhe von 11 Mio. € und 15 Mio. € für die Auflösung von Rückstellungen für erfolgsabhängige Kaufpreiskomponenten im Zusammenhang mit dem Erwerb von Chantecaille im Geschäftsjahr 2022. Die Auflösung der erfolgsabhängigen Kaufpreiskomponente bedingt durch die Neueinschätzung der vertraglich festgelegten Bewertungsparameter ist durch den zeitlich verzögerten Eintritt in den chinesischen Markt getrieben wie auch durch die allgemeine Marktentwicklung in China und Südkorea. Die Wertminderung auf den Geschäfts- oder Firmenwert von Chantecaille resultiert im Wesentlichen aus der nachteiligen Entwicklung der Kapitalkosten, sowie auch aus den zuvor beschriebenen Faktoren. Das betriebliche Ergebnis nach Sondereffekten betrug 834 Mio. € (Vorjahr: 828 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 10,7 % (Vorjahr: 11,6 %).

**NIVEA - inklusive Labello** - ist im Jahr 2023 weltweit organisch um 16,2 % gewachsen. Nominal stieg der Umsatz von 4.732 Mio. € auf 5.304 Mio. €. Das starke zweistellige prozentuale Umsatzwachstum ging mit globalen Marktanteilsgewinnen einher. NIVEA wuchs sowohl mengen- als auch preismäßig. Über alle Regionen hinweg wurde ein starkes Wachstum verzeichnet, zu welchem die Einführung neuer Produkte sowie auch eine starke Entwicklung des Basissortiments beitrugen. Alle Hauptkategorien verzeichneten im Berichtsjahr 2023 ein Wachstum. Die wichtigsten Wachstumstreiber waren NIVEA Deo, NIVEA SUN, NIVEA Body Care, NIVEA Face und Lip. In der Kategorie NIVEA Deo zählten Kern-Produktlinien wie Black & White und Fresh sowie Pearl & Beauty zu den wichtigsten Wachstumstreibern. Die Kategorie NIVEA SUN verzeichnete ein signifikantes Wachstum, insbesondere getrieben durch die Segmente Body und Face. Das NIVEA Body Geschäft wuchs primär aufgrund einer positiven Entwicklung des Basissortiments. NIVEA Face wuchs zweistellig, vor allem durch die weiterhin herausragende Erfolgsgeschichte der Produktlinien NIVEA CELLULAR LUMINOUS630® und NIVEA Q10. Umsatzrückgänge hatten die depriorisierten Kategorien Haarpflege und Baby zu verzeichnen.

Die Geschäftseinheit **Derma** konnte erneut ein starkes organisches Umsatzwachstum von 24,0 % erzielen. Damit stieg der nominale Umsatz auf 1.252 Mio. € (Vorjahr 1.026 Mio. €). Das Umsatzwachstum verteilt sich dabei auf alle Kategorien und Regionen. Die USA blieben ein wichtiger Schlüsselmarkt für die beiden Marken Aquaphor und Eucerin. Südamerika und unsere MEA-Region sowie die starke zweistellige Umsatzentwicklung in Europa trugen ebenfalls signifikant zum Wachstum bei. Umsatztreiber nach Kategorie waren insbesondere Eucerin Sun mit einem überaus erfolgreichen Launch des Hydro Protect Ultra-Light Fluids sowie Eucerin Face getrieben von der weiteren Expansion des Thiamidol-Sortiments im Anti-Pigment-Bereich. Insbesondere in den USA trug aber auch die Marke Aquaphor zum starken globalen Wachstum bei. Der E-Commerce-Vertriebskanal blieb ein wichtiger Treiber des Geschäfts und wuchs weiterhin überproportional.

**Healthcare** verzeichnete ein organisches Wachstum von 4,2 % und erreichte einen Umsatz von 267 Mio. € (Vorjahr: 261 Mio. €). Zentrale Wachstumstreiber waren die XL+Pflaster sowie die konsequente Umsetzung von Markeninnovationen im Bereich Wundversorgung. Dieses Wachstum war in allen wichtigen Märkten zu verzeichnen.

Im Bereich der selektiven Kosmetik verringerte unsere Marke **La Prairie** den organischen Umsatz um 15,4 %. Der nominale Umsatz sank von 655 Mio. € auf 542 Mio. €. Dieses Ergebnis ist vor allem auf die Herausforderungen im Reiseeinzelhandelsgeschäft in Südkorea und Hainan zurückzuführen, die durch einen starken Rückgang des Daigou-Geschäfts<sup>1</sup> und den Abbau von Lagerbeständen verursacht wurden, während die erwartete Erholung nach COVID-19 in China ohne Hainan aufgrund des schwachen wirtschaftlichen Umfelds hinter den Erwartungen zurückblieb. Die Einführung unserer Innovation Skin Caviar Harmony L'Extrait in China sowie der Relaunch von Skin Caviar Luxe Cream und White Caviar Pearl Infusion, zusammen mit der positiven Entwicklung in Hongkong und Japan, die von der Rückkehr des Tourismus und einer dynamischen lokalen Kund\*innenbasis profitierten, trugen dazu bei, den Umsatzrückgang zu mildern. Darüber hinaus erholte sich der Reiseeinzelhandel außerhalb Chinas und Südkoreas stark.

In der Region **Europa** lag der Umsatz organisch um 9,7 % über dem Vorjahr. Nominal stieg der Umsatz um 8,4 % auf 3.364 Mio. € (Vorjahr: 3.104 Mio. €).

In **Westeuropa** stieg der Umsatz organisch um 6,8 %. Vor allem in Spanien, Italien, Vereinigtes Königreich und Frankreich konnte ein sehr gutes Wachstum erreicht werden. Die Umsätze mit NIVEA Deo, SUN und Lip sowie den Kategorien Wundversorgung des Bereichs Healthcare entwickelten sich besonders positiv. Auch die Eucerin Kategorien Face, Body und Sun trugen positiv zum

<sup>1</sup> Daigou bezeichnet Auftragsseinkäufe im Ausland, bei denen die Ware steuerlich begünstigt und zudem preiswerter ist im Vergleich zum Inlandseinkauf.

Umsatzwachstum bei. Bei der Marke La Prairie wirkte sich die negative Entwicklung des Reiseeinzelhandelsgeschäfts deutlich aus.

Der Umsatz in **Osteuropa** lag organisch um 21,9 % über dem Vorjahr. Diese starke Leistung war im Wesentlichen auf ein starkes Wachstum in Polen, Kasachstan und Rumänien getrieben sowie durch die durchweg positive Entwicklung in den anderen osteuropäischen Ländern. Besonders gut entwickelten sich in der Region die Kategorien NIVEA Deo, Men Face und SUN sowie Eucerin Face, Sun und Body.

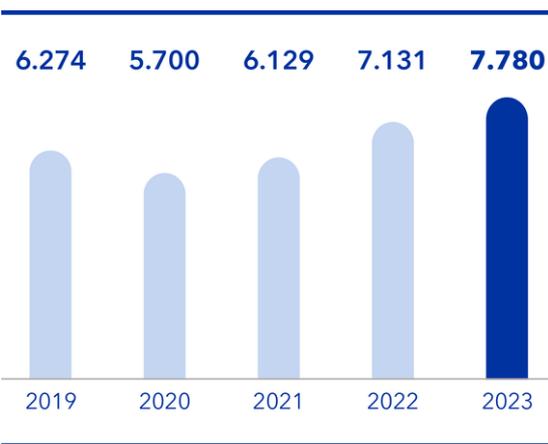
In der Region **Amerika** konnte ein starkes organisches Umsatzwachstum von 19,1 % erzielt werden. Nominal lag der Umsatz mit 2.196 Mio. € um 19,3 % über dem Vorjahr (1.841 Mio. €).

In **Nordamerika** konnte ein starkes organisches Umsatzwachstum von 12,2 % erzielt werden. Als wesentliche Wachstumstreiber stellten sich die Marken NIVEA, Aquaphor und Eucerin heraus.

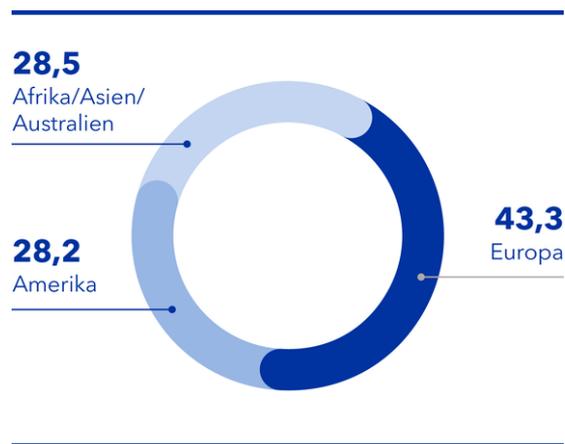
In **Lateinamerika** konnte ebenfalls ein außergewöhnliches organisches Umsatzwachstum von 25,6 % erzielt werden. In nahezu allen Ländern wuchs der Umsatz, besonders stark in Brasilien, Mexiko und Kolumbien. Neben NIVEA stellte sich Eucerin als wesentlicher Wachstumstreiber heraus.

Der Umsatz in der Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte organisch einen Umsatzzanstieg von 11,1 %. Nominal stieg der Umsatz um 1,6 % auf 2.220 Mio. € (Vorjahr: 2.186 Mio. €). Besonders positiv sind die Umsätze in Australien, Nigeria, Thailand und Südafrika ausgefallen. Besonders Face, Lip und SUN entwickelten sich sehr gut übergreifend über alle Marken. Eucerin konnte ebenfalls ein starkes Wachstum in der Region erreichen, vor allem getrieben durch den starken Markt in Thailand.

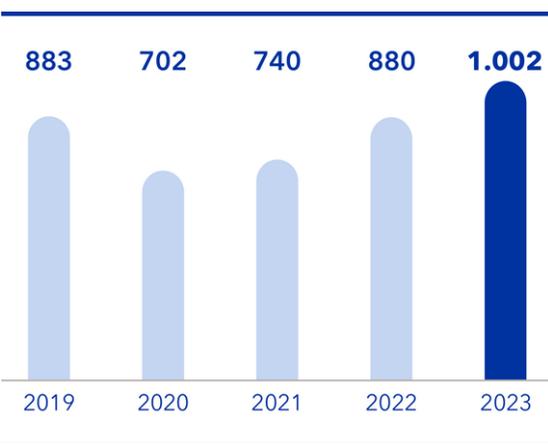
Umsatz Consumer  
(in Mio. €)



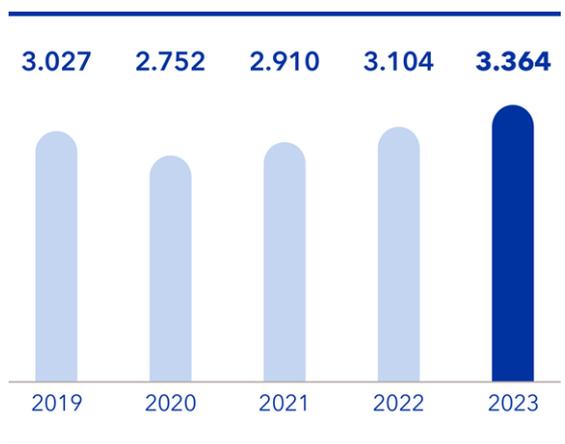
Umsatz Consumer nach Regionen  
(in %)



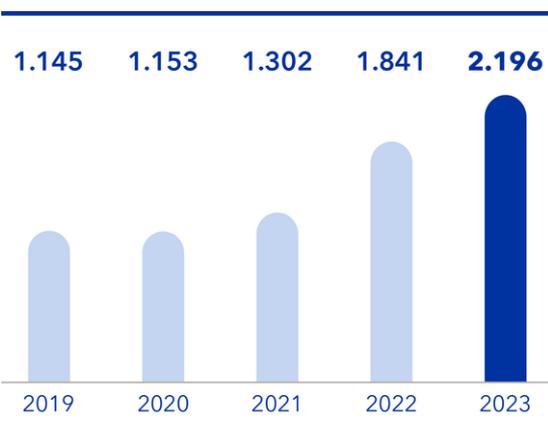
EBIT Consumer  
ohne Sondereffekte (in Mio. €)



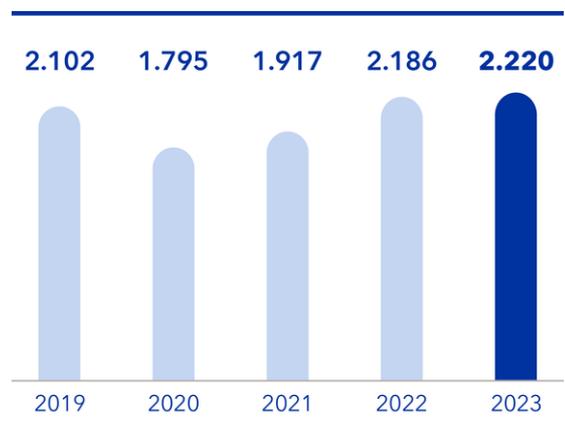
Umsatz Consumer in Europa  
(in Mio. €)



Umsatz Consumer in Amerika  
(in Mio. €)



Umsatz Consumer in Afrika/Asien/Australien  
(in Mio. €)



tesa

## Umsatzentwicklung Unternehmensbereich tesa

(in Mio. €)

	01.01.-31.12.2022	01.01.-31.12.2023	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	796	797	0,2	1,2
Amerika	285	288	1,0	2,4
Afrika/Asien/Australien	587	582	-0,8	6,3
<b>Gesamt<sup>1</sup></b>	<b>1.668</b>	<b>1.667</b>	<b>0,0</b>	<b>3,2</b>

<sup>1</sup> Die Gesamtsumme setzt sich aus den Umsätzen der tesa Bereiche Industry, Consumer und Others zusammen.

**tesa** konnte im Jahr 2023 in einem herausfordernden wirtschaftlichen Marktumfeld ein organisches Umsatzwachstum von 3,2 % erzielen. Wechselkurseffekte reduzierten diese Entwicklung um 2,7 Prozentpunkte und strukturelle Effekte um 0,5 Prozentpunkte. Nominal lag daher die Umsatzentwicklung bei 0,0 % gegenüber dem Vorjahr und erreichte 1.667 Mio. € (Vorjahr: 1.668 Mio. €).

In **Europa** erhöhte sich der Umsatz organisch um 1,2 %. Insbesondere das Geschäft im Bereich Consumer konnte nach einem guten Vorjahr weiterwachsen. Der Umsatz im Endverbraucher\*innengeschäft entwickelte sich in allen Märkten positiv, auch über digitale Absatzkanäle. Der Bereich Industry zeigte in einem schwierigen Marktumfeld Umsatzsteigerungen insbesondere im Bereich Automotive. Nominal erreichte tesa in Europa einen Umsatz von 797 Mio. € (Vorjahr: 796 Mio. €) und wuchs damit um 0,2 %. Der Anteil am Konzernumsatz erhöhte sich auf 47,8 % (Vorjahr: 47,7 %).

In **Nord- und Südamerika** erreichte tesa eine positive Umsatzentwicklung und wuchs organisch um 2,4 %. Der Umsatz im Bereich Industry entwickelte sich positiv und verzeichnete einen Zuwachs auf dem Automobilmarkt und in den Industrial Growth Markets. Auch die Umsätze im Endverbraucher\*innengeschäft in Lateinamerika haben sich positiv weiterentwickelt. Der Umsatz der Region erhöhte sich nominal um 1,0 % auf 288 Mio. € (Vorjahr: 285 Mio. €). Der Anteil am Konzernumsatz erhöhte sich auf 17,3 % (Vorjahr: 17,1 %).

In **Asien** wurde ein organisches Umsatzwachstum von 6,3 % erreicht, insbesondere durch neues Projektgeschäft mit Produkten für die Elektronikindustrie. Gleichzeitig führte auch in dieser Region die Erholung im Automobilssektor zu Mehrgeschäft. Der Umsatz in Asien reduzierte sich nominal um 0,8 % auf 582 Mio. € (Vorjahr: 587 Mio. €). Der Anteil am Konzernumsatz reduzierte sich auf 34,9 % (Vorjahr: 35,2 %).

Das EBIT ohne Sondereffekte reduzierte sich insgesamt auf 266 Mio. € (Vorjahr: 278 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 16,0 % (Vorjahr: 16,7 %). Die Sondereffekte im Unternehmensbereich tesa von 5 Mio. € (Vorjahr: 14 Mio. €) beinhalten im Wesentlichen Erträge aus Versicherungsleistungen hinsichtlich des technischen Zwischenfalls im tesa Werk Concagno in Höhe von 24 Mio. €. Dagegen stehen Aufwendungen für die Kompensation des Schadens in Höhe von 10 Mio. €. Darüber hinaus sind Aufwendungen aus der Wertminderung des Geschäfts- oder Firmenwertes von nie wieder bohren GmbH in Höhe von 4 Mio. € und Wertminderung der immateriellen Vermögenswerte von tesa Twinlock B.V. in Höhe von 5 Mio. € enthalten, die in der Vergangenheit im Rahmen der Kaufpreisallokation zusammen mit dem Geschäfts- oder Firmenwert aufgedeckt wurden. Der Geschäfts- oder Firmenwert von tesa Twinlock B.V. wurde bereits im Geschäftsjahr 2022 vollständig abgeschrieben. Das Ergebnis nach Sondereffekten betrug 271 Mio. € (Vorjahr: 264 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 16,3 % (Vorjahr: 15,8 %).

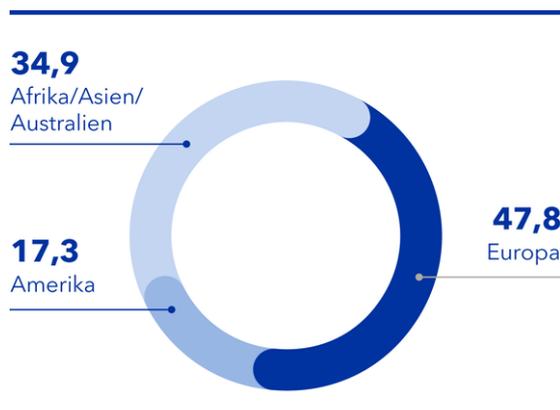
Umsatz tesa

(in Mio. €)



Umsatz tesa nach Regionen

(in %)



EBIT tesa

ohne Sondereffekte (in Mio. €)



Industry

Der Bereich tesa **Industry** verzeichnete im Geschäftsjahr 2023 ein solides Umsatzwachstum. Zu dieser Entwicklung trugen maßgeblich die im Vorjahr umgesetzten Preiserhöhungen sowie die gute Entwicklung in den Automotive-Geschäftseinheiten bei. Der Bereich Industry verzeichnete organisch ein Umsatzwachstum von 3,7 %. Nominal reduzierte sich der Umsatz um 0,4 % auf 1.292 Mio. € (Vorjahr: 1.297 Mio. €). Der Anteil des Bereichs Industry am Gesamtumsatz lag bei 77,5 % (Vorjahr: 77,8 %).

Der Bereich **Automotive** konnte im Jahr 2023 erneut zweistellig wachsen. Der Bereich **Electrical Systems** konnte ein sehr starkes organisches Wachstum erzielen. Getragen durch ein globales Marktwachstum profitierte tesa von neuen Projekten sowohl mit OEMs als auch mit deren Zulieferern. Beispiele hierfür sind automatisierte Klebebandlösungen für Karosseriebau (Lochverschluss), Sicherheitsetiketten und Maskieranwendungen sowie Spezialklebebandlösungen im Bereich Abriebschutz und Geräuschdämpfung. Ferner hat der Fokus auf E-Mobilität und Display-Anwendungen das Wachstum weiter getragen. Die kontinuierliche Erweiterung des Produktsortiments in enger Kooperation mit Automobilherstellern und -zulieferern wird weiter vorangetrieben und folgt der Transformation in der Automobilindustrie.

Im Bereich **Consumer Electronics** konnte tesa nicht ganz an das sehr starke Wachstum der Vorjahre anknüpfen. In einem insbesondere im ersten Halbjahr stark rückläufigen Marktumfeld konnte sich tesa gut behaupten und schloss das Geschäftsjahr 2023 mit einem starken Wachstum ab. Treiber des Wachstums waren innovative Klebebandlösungen für die Herstellung von Smartphones und Tablets. Hierzu zählten beispielweise Acrylatschäume für die Montage von Displays und Gehäuserückseiten in Smartphones sowie der Einsatz innovativer Reaktiv-Klebebänder.

Andere Bereiche waren im abgelaufenen Geschäftsjahr durch eine rückläufige Entwicklung gekennzeichnet. Der Umsatz im Bereich **Druck und Papier** lag leicht unterhalb des Vorjahres. Hierzu trugen eine insgesamt schwache Marktnachfrage und Maßnahmen zum Bestandsabbau auf Kundenseite bei. Das Geschäft mit Klebebändern in der Haushaltsgeräteindustrie war deutlich rückläufig. tesa ist hier beispielsweise mit Anwendungen zur Transportsicherung vertreten. Positive Impulse resultierten aus einer erhöhten Nachfrage nach nachhaltigeren Klebebandlösungen für die Verpackungsindustrie.

Auch das Geschäft mit dem **industriellen Handel** war im Jahr 2023 durch eine rückläufige Nachfrage gekennzeichnet, der Umsatz lag unter dem des Vorjahres. Insbesondere die Geschäftsentwicklung in Europa und Nordamerika war stärker rückläufig. Preiserhöhungen infolge gestiegener Material- und Energiekosten trugen positiv zur Umsatzentwicklung bei. Positiv wirkte sich auch die Transformation des Produktsortiments in Richtung Nachhaltigkeit aus. Neue Produktgenerationen mit gleichbleibend hoher Performance aber einem deutlich reduzierten CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck wurden erfolgreich im Markt eingeführt.

## Consumer

In einem herausfordernden Marktumfeld konnte der Bereich **Consumer** eine organische Umsatzsteigerung um 2,5 % erzielen, was nominal einem Umsatzwachstum von 2,3 % auf 371 Mio. € (Vorjahr: 363 Mio. €) entspricht. Damit trug der Bereich im Berichtsjahr mit 22,3 % (Vorjahr: 21,8 %) zum Gesamtumsatz von tesa bei.

Das Geschäft mit privaten Endverbraucher\*innen und professionellen Handwerker\*innen ist in Europa und Lateinamerika moderat gewachsen. Hierzu trugen sowohl signifikante Effekte aus Preisanpassungen als auch Produkteinführungen bei wie z. B. etwa der nachhaltigere tesafilm® Eco & Crystal oder Badaccessoires, sowie erfolgreich realisierte Kund\*innenprojekte.

Sortimentseitige Wachstumstreiber waren vor allem Maler-, Reparatur- und Montagebänder, während der Umsatz mit Verpackungsbändern rückläufig war.

In der Betrachtung der Vertriebskanäle konnte insbesondere das Baumarktgeschäft sowie das E-Commerce-Geschäft zulegen. Das Geschäft mit professionellen Handwerker\*innen erzielte vor dem Hintergrund eines durch eine rückläufige Baukonjunktur geprägten Marktumfeldes ein leichtes Wachstum, die Entwicklung des Schreibwarenbereichs lag etwas unter Vorjahr.

## Vermögenslage

### Bilanz Konzern

(in Mio. €)

Aktiva	31.12.2022	31.12.2023
Langfristige Vermögenswerte	6.806	6.517
Vorräte	1.557	1.514
Übrige kurzfristige Vermögenswerte	2.905	3.465
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.080	1.133
<b>12.348</b>	<b>12.348</b>	<b>12.629</b>
Passiva	31.12.2022	31.12.2023
Eigenkapital	7.805	8.339
Langfristige Rückstellungen	528	500
Langfristige Verbindlichkeiten	254	286
Kurzfristige Rückstellungen	614	629
Kurzfristige Verbindlichkeiten	3.147	2.875
<b>12.348</b>	<b>12.348</b>	<b>12.629</b>

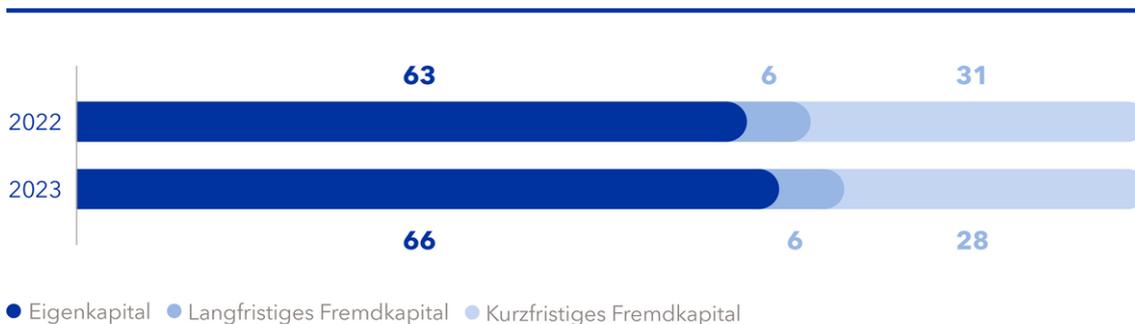
Die **langfristigen Vermögenswerte** reduzierten sich um 289 Mio. € auf 6.517 Mio. € (Vorjahr: 6.806 Mio. €). Die langfristigen Wertpapiere verringerten sich dabei um 509 Mio. € auf 2.675 Mio. € (Vorjahr: 3.184 Mio. €). Der Rückgang dieser Position ist im Wesentlichen auf eine stärkere Nutzung kurzfristiger Finanzanlagen zurückzuführen. Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte lagen bei 517 Mio. € (Vorjahr: 1.137 Mio. €). Davon entfielen 418 Mio. € (Vorjahr: 1.054 Mio. €, davon 532 Mio. € für die Chantecaille Akquisition) auf den Unternehmensbereich Consumer und 99 Mio. € (Vorjahr: 83 Mio. €) auf den Unternehmensbereich tesa. Die Investitionen im Jahr 2023 betrafen im Wesentlichen die Standortsicherung und -erweiterung sowie die Kapazitätsausweitung in den Produktionsstätten, aber auch den Bau der neuen Beiersdorf Konzernzentrale. Die Abschreibungen lagen bei 449 Mio. € (Vorjahr: 287 Mio. €). Der Anstieg dieser Position ist im Wesentlichen auf die Wertminderung des Geschäfts- oder Firmenwerts von Chantecaille zurückzuführen.

Die **Vorräte** reduzierten sich um 43 Mio. € auf 1.514 Mio. € (Vorjahr: 1.557 Mio. €). Die **übrigen kurzfristigen Vermögenswerte** erhöhten sich auf 3.465 Mio. € (Vorjahr: 2.905 Mio. €). Darin enthalten sind kurzfristige Wertpapiere in Höhe von 1.227 Mio. € (Vorjahr: 771 Mio. €). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich um 90 Mio. € auf 1.598 Mio. € (Vorjahr: 1.508 Mio. €). Die Ertragsteuerforderungen betragen 227 Mio. € (Vorjahr: 205 Mio. €), die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte stiegen um 14 Mio. € auf 253 Mio. € (Vorjahr: 239 Mio. €).

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** erhöhten sich auf 1.133 Mio. € (Vorjahr: 1.080 Mio. €). Die Nettoliquidität (Zahlungsmittel, Zahlungsmitteläquivalente zuzüglich lang- und kurzfristiger Wertpapiere abzüglich lang- und kurzfristiger Leasingverbindlichkeiten sowie sonstige finanzielle Verbindlichkeiten) erhöhte sich um 143 Mio. € auf 4.620 Mio. € (Vorjahr: 4.477 Mio. €). Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten reduzierten sich um 184 Mio. € auf 183 Mio. € (Vorjahr: 367 Mio. €). Die verbliebenen kurzfristigen Kreditaufnahmen bestehen im Wesentlichen bei der Beiersdorf AG gegenüber der TROMA Alters- und Hinterbliebenenstiftung.

## Finanzierungsstruktur

(in %)



Die Summe der **langfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten** lag bei 786 Mio. € (Vorjahr: 782 Mio. €). In dieser Position sind die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen enthalten, die sich 2023 auf 350 Mio. € beliefen (Vorjahr: 382 Mio. €). Die latenten Steuerverbindlichkeiten betragen 133 Mio. € (Vorjahr: 137 Mio. €).

Die Summe der **kurzfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten** verringerte sich durch den Rückgang der kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten sowie der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 257 Mio. € auf 3.504 Mio. € (Vorjahr: 3.761 Mio. €). Der Eigenkapitalanteil betrug 66 % (Vorjahr: 63 %). Der Anteil des langfristigen Fremdkapitals lag bei 6 % (Vorjahr: 6 %), der Anteil des kurzfristigen Fremdkapitals bei 28 % (Vorjahr: 31 %).

Wesentliche Änderungen in der Kapitalstruktur von Beiersdorf werden nicht erwartet.

## Finanzlage

## Kapitalflussrechnung Konzern

(in Mio. €)

	2022	2023
Brutto-Cashflow	1.084	1.057
Mittelveränderung Nettoumlaufvermögen	-287	-116
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	797	941
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-402	-341
Free-Cashflow	395	600
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-345	-492
Sonstige Veränderungen	-6	-55
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	44	53
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.</b>	<b>1.036</b>	<b>1.080</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.12.</b>	<b>1.080</b>	<b>1.133</b>

Der Brutto-Cashflow betrug im Berichtsjahr 1.057 Mio. € und lag damit um 27 Mio. € unter dem Wert des Vorjahrs.

Aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens ergab sich ein Mittelabfluss in Höhe von 116 Mio. € (Vorjahr: Mittelabfluss von 287 Mio. €). Dem Rückgang der Vorräte um 43 Mio. € stand der Anstieg der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte um 108 Mio. € sowie der Rückgang der

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und kurzfristigen Rückstellungen um 51 Mio. € gegenüber.

Der Mittelabfluss aus investiver Tätigkeit betrug im Berichtsjahr 341 Mio. € (Vorjahr: 402 Mio. €). Den Nettoinvestitionszahlungen für den Verkauf von Wertpapieren in Höhe von 67 Mio. €, Zins- und sonstigen Finanzeinzahlungen in Höhe von 75 Mio. €, Einzahlungen aus dem Verkauf von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen in Höhe von 16 Mio. € sowie Einzahlungen aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften und zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte in Höhe von 23 Mio. € standen Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 517 Mio. € sowie Auszahlungen für Investitionen in assoziierte Unternehmen und sonstige Beteiligungen in Höhe von 5 Mio. € gegenüber.

Der Free-Cashflow lag mit 600 Mio. € um 205 Mio. € über dem Wert des Vorjahrs (395 Mio. €). Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 492 Mio. € (Vorjahr: 345 Mio. €) setzte sich aus der Auszahlung der Dividende der Beiersdorf AG in Höhe von 159 Mio. € sowie sonstigen Finanzauszahlungen in Höhe von 333 Mio. € zusammen.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 1.133 Mio. € (Vorjahr: 1.080 Mio. €).

#### Finanzierung und Liquiditätsvorsorge

Die Absicherung von Währungs-, Zins- und Ausfallrisiken sowie die Anlage der flüssigen Mittel stehen im Zentrum des Finanzmanagements von Beiersdorf. Außerdem ist die Bereitstellung der Liquidität für den Konzern ein vorrangiges Ziel. Art und Umfang der Transaktionen orientieren sich am operativen und finanziellen Grundgeschäft. Zur Ermittlung des Liquiditätsbedarfs werden Szenariorechnungen und rollierende Zwölfmonats-Cashflow-Planungen eingesetzt. Einzelheiten zum Risikomanagement im Finanzbereich finden sich im Konzernanhang (Erläuterungen zur Bilanz, Anhangangabe 29).

## Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage

### Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage des Konzerns

		Ergebnis 2022	Prognose 2023 Geschäftsbericht 2022	Prognose 2023 H1-Bericht 2023	Prognose 2023 9M- Quartalsmitteilung 2023	Ergebnis 2023
<b>Umsatzwachstum (organisch)</b>						
Consumer	(in %)	10,5	im mittleren einstelligen Bereich	im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Bereich	im niedrigen zweistelligen Bereich	12,5
tesa	(in %)	8,8	im mittleren einstelligen Bereich	im mittleren einstelligen Bereich	im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich	3,2
Konzern	(in %)	10,2	im mittleren einstelligen Bereich	im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Bereich	im niedrigen zweistelligen Bereich	10,8
<b>EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte)</b>						
Consumer	(in %)	12,3	50 Basispunkte über dem Vorjahresniveau	50 Basispunkte über dem Vorjahresniveau	50 Basispunkte über dem Vorjahresniveau	12,9
tesa	(in %)	16,7	leicht unter dem Vorjahresniveau	leicht unter dem Vorjahresniveau	leicht unter dem Vorjahresniveau	16,0
Konzern	(in %)	13,2	leicht über dem Vorjahresniveau	leicht über dem Vorjahresniveau	leicht über dem Vorjahresniveau	13,4

Der **Konzern** erreichte einen Umsatz von 9.447 Mio. € (Vorjahr: 8.799 Mio. €). Der Umsatz war organisch um 10,8 % über dem Vorjahreswert (Vorjahr: 10,2 %). Das EBIT ohne Sondereffekte erreichte 1.268 Mio. € (Vorjahr: 1.158 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 13,4 % (Vorjahr: 13,2 %).

Der Unternehmensbereich **Consumer** blickt erneut auf ein starkes Geschäftsjahr 2023 zurück, auf dessen Basis wir weiter intensiv in unsere Strategiefelder investiert haben. Hierzu gehört auch der wichtige Bereich der Digitalisierung, der sich durch das hervorragende Wachstum unserer E-Commerce-Umsätze auszeichnet; die Steigerung dieser Umsätze hatte insbesondere in den Schwellenländern einen erheblichen Anteil am Gesamtwachstum. Im Bereich Nachhaltigkeit konnten wir sowohl auf Formel- als auch auf Verpackungsebene innovative Lösungen im Markt einführen und unsere Nachhaltigkeitsstrategie somit signifikant voranbringen.

Der Consumer-Bereich konnte im Jahr 2023 erneut ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum von 12,5 % (Vorjahr: 10,5 %) erzielen. Hierbei zeigte sich wiederum, dass Beiersdorf mit dem breit gefächerten Portfolio stark aufgestellt ist. Insbesondere die starke Performance von NIVEA und Derma konnte die schwächere Performance unserer Luxusmarken mehr als ausgleichen.

Unsere Kernmarke NIVEA wuchs sowohl im Skin Care-Bereich als auch im Personal Care-Bereich zweistellig. Alle relevanten Unterkategorien konnten dabei zum Wachstum beitragen. Hervorzuheben ist einerseits die herausragende Performance des Skin Care-Bereichs in den Kategorien Gesichtspflege, Sonnenpflege und Lippenpflege und andererseits das Wachstum in der Kategorie Deodorants im Personal Care-Bereich. Der Dermabereich mit den Marken Eucerin und Aquaphor konnte den Erfolg der Vorjahre fortsetzen und sowohl auf Umsatz- als auch Marktanteilsseite starke Steigerungen erzielen. Die Innovationen rund um den Wirkstoff Thiamidol sowie ein sehr gutes E-Commerce-Geschäft waren auch im Jahr 2023 die Wachstumstreiber. Der Healthcare Bereich erzielte trotz starker Vorjahreswerte erneut gute Wachstumszahlen, sowohl in etablierten Märkten wie Deutschland und Australien als auch

in Wachstumsmärkten wie in Indien und Mexiko. Das Luxusgeschäft mit den Marken La Prairie und Chantecaille blickt auf ein schwieriges Jahr 2023 zurück. Insbesondere die Einschränkungen im Reisegeschäft in China und Südkorea führten zu Umsatzrückgängen bei beiden Marken. Die proaktive Bereinigung der Lagerbestände im zweiten Halbjahr hatte ebenfalls einen kurzfristig dämpfenden Einfluss auf die Umsatzentwicklung. Das betriebliche Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte) und die entsprechende EBIT-Umsatzrendite konnten trotz signifikanter Investitionen zur Umsetzung der Strategie gesteigert werden wie geplant. Für Consumer lag die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte bei 12,9 % (Vorjahr: 12,3 %).

Der Unternehmensbereich **tesa** konnte 2023 in einem weiterhin herausfordernden globalen Marktumfeld ein organisches Umsatzwachstum von 3,2 % (Vorjahr: 8,8 %) erzielen. Dabei verzeichneten sowohl das Industriegeschäft, das die direkten Geschäfte mit Industriekunden und dem industriellen Handel abbildet, als auch der Bereich Consumer, der die Umsätze mit Endverbraucher\*innen und Handwerker\*innen beinhaltet, eine Umsatzsteigerung im Vergleich zum Vorjahr. Insbesondere die Geschäftsfelder Automotive, mit zweistelligen Wachstumsraten, und Electronics zeigten eine positive Umsatzentwicklung. Für tesa lag die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte bei 16,0 % (Vorjahr: 16,7 %).

Geopolitische Krisen und Konflikte hatten keinen wesentlichen Einfluss auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage von Beiersdorf. In einem dynamischen und herausfordernden Umfeld konnte Beiersdorf im Geschäftsjahr 2023 gesunde Zuwächse und Renditen erzielen.

## Beiersdorf AG

### Geschäftstätigkeit

Die Beiersdorf AG mit Sitz in Hamburg ist das Mutterunternehmen des Beiersdorf Konzerns. Zum 31. Dezember 2023 beschäftigte die Beiersdorf AG 2.439 (Vorjahr: 2.415) Mitarbeitende. Die Anzahl der in dieser Zahl nicht enthaltenen Auszubildenden und Trainees lag bei 114 (Vorjahr: 115).

Die Beiersdorf AG führt das deutsche Consumer-Geschäft und erbringt typische Leistungen einer Holdinggesellschaft für Konzerngesellschaften. Neben dem eigenen operativen Geschäft verwaltet die Gesellschaft ein umfangreiches Beteiligungsportfolio und ist direkt oder indirekt Mutterunternehmen für über 200 Tochtergesellschaften weltweit. In der Beiersdorf AG werden zudem die zentralen Planungs-/Controlling-, Supply Chain-, Treasury- und Human Resources-Funktionen sowie der Großteil der Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten für das Consumer-Geschäft ausgeführt. Darüber hinaus verantwortet die Gesellschaft die regionale Steuerung des europäischen Vertriebs und die Beschaffung von Produkten sowie die weltweite Lizenzverwaltung.

Das operative Geschäft der Beiersdorf AG stellt einen Teil der Geschäftstätigkeit des Beiersdorf Konzerns dar. Die Steuerung erfolgt unternehmensübergreifend auf Basis der im Abschnitt „Leitung und Kontrolle“ des zusammengefassten Lageberichts beschriebenen zentralen Leistungsindikatoren. Ein vollständiger Einblick in diese Leistungsindikatoren kann nur auf Konzernebene gewonnen werden.

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Beiersdorf AG ist sowohl durch ihre eigene Geschäftstätigkeit als auch durch die Geschäftstätigkeit ihrer Tochterunternehmen in Form von Lizenz- und Dividendenerträgen geprägt. Die wirtschaftliche Lage der Beiersdorf AG entspricht somit grundsätzlich der wirtschaftlichen Lage des Gesamtkonzerns. Auch die Chancen und Risiken sowie die Prognose hinsichtlich der Geschäftsentwicklung der Beiersdorf AG, insbesondere aufgrund der wachsenden globalen politischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten und deren potentiellen Auswirkungen auf unsere wesentlichen Beschaffungs-, Transport- und Absatzmärkte, entsprechen weitestgehend denen des Konzerns.

## Grundlagen der Abschlusserstellung

Der Jahresabschluss der Beiersdorf AG wird nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) und des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt. Die für den Jahresabschluss relevanten Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex wurden berücksichtigt.

## Ertragslage Beiersdorf AG

### Gewinn- und Verlustrechnung der Beiersdorf AG nach HGB

(in Mio. €)

	2022	2023
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.429</b>	<b>1.727</b>
Sonstige betriebliche Erträge	47	35
Materialaufwand	-306	-327
Personalaufwand	-331	-364
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-41	-46
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-797	-962
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>1</b>	<b>63</b>
Beteiligungsergebnis	352	303
Zinsergebnis	-19	-59
Übrige finanzielle Erträge und Aufwendungen	1	-5
<b>Finanzergebnis</b>	<b>334</b>	<b>239</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>335</b>	<b>302</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-27	-37
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>308</b>	<b>265</b>
Einstellung in andere Gewinnrücklagen	-132	-13
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>176</b>	<b>252</b>

Die **Umsatzerlöse** der Beiersdorf AG stiegen im Berichtsjahr um 298 Mio. € auf 1.727 Mio. € (Vorjahr: 1.429 Mio. €). Sie setzen sich zusammen aus Produktumsätzen im Geschäftsbereich Consumer Deutschland sowie aus Lizenz Erlösen und Erlösen aus der Erbringung von Dienstleistungen an Tochtergesellschaften. In Deutschland wurden 997 Mio. € (Vorjahr: 1.023 Mio. €) der Umsatzerlöse erzielt, im Ausland 730 Mio. € (Vorjahr: 406 Mio. €).

Das **Betriebsergebnis** stieg um 62 Mio. € auf 63 Mio. € aufgrund deutlich höherer Umsatzerlöse bei gleichzeitig gestiegenen sonstigen betrieblichen Aufwendungen, bedingt durch einmalige Kompensationszahlungen aufgrund von Ausgleichsvereinbarungen.

Das **Finanzergebnis** verschlechterte sich gegenüber dem Vorjahr um 95 Mio. €. Der Rückgang resultiert aus einem niedrigerem Beteiligungsergebnis mit einem Minus von 49 Mio. €, einem um 40 Mio. € niedrigeren Zinsergebnis und einem um 6 Mio. € gesunkenen übrigen finanziellen Ergebnis.

Das **Ergebnis vor Steuern** lag dementsprechend mit 302 Mio. € um 33 Mio. € unter dem Vorjahresergebnis.

Der **Jahresüberschuss** erreichte 265 Mio. € (Vorjahr: 308 Mio. €).

## Vermögens- und Finanzlage Beiersdorf AG

## Bilanz der Beiersdorf AG nach HGB

(in Mio. €)

<b>Aktiva</b>	31.12.2022	31.12.2023
Immaterielle Vermögensgegenstände	110	80
Sachanlagen	193	382
Finanzanlagen	5.879	5.421
<b>Anlagevermögen</b>	<b>6.182</b>	<b>5.883</b>
Vorräte	4	9
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	896	1.065
Wertpapiere	82	561
Flüssige Mittel	18	43
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>1.000</b>	<b>1.678</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>Aktive latente Steuern</b>	<b>102</b>	<b>132</b>
	<b>7.291</b>	<b>7.700</b>
<b>Passiva</b>	31.12.2022	31.12.2023
<b>Eigenkapital</b>	<b>2.913</b>	<b>3.019</b>
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	643	634
Übrige Rückstellungen	329	329
<b>Rückstellungen</b>	<b>972</b>	<b>963</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>	<b>3.406</b>	<b>3.718</b>
	<b>7.291</b>	<b>7.700</b>

Das **Anlagevermögen** sank im Vergleich zum Vorjahr um 299 Mio. €. Dieser Rückgang ist im Wesentlichen auf die Fälligkeit und den Verkauf von langfristigen Staats- und Industrieanleihen zurückzuführen. Bei den Zugängen in Sachanlagen von 205 Mio. € stehen 184 Mio. € Investitionen im Zusammenhang mit der Fertigstellung und Inbetriebnahme des neuen Beiersdorf Campus. Den Investitionen in Sachanlagen standen Abschreibungen von 17 Mio. € gegenüber.

Das **Umlaufvermögen** vermehrte sich im Geschäftsjahr um 678 Mio. € auf 1.678 Mio. €. Darin enthalten sind kurzfristige Wertpapiere in Höhe von 561 Mio. € (Vorjahr: 82 Mio. €). Der Anstieg in dieser Position ist im Wesentlichen auf eine verstärkte Neuanlage der liquiden Mittel in kurzfristige Staats- und Industrieanleihen zurückzuführen. Zudem erhöhten sich in den Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen die Finanzforderungen gegenüber verbundenen Unternehmen um 157 Mio. €.

Die **Verbindlichkeiten** sind ebenfalls im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 312 Mio. € auf 3.718 Mio. € gestiegen. Dies ist im Wesentlichen durch einen Anstieg von Finanzverbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen um 416 Mio. € begründet.

Das in der Bilanz ausgewiesene Gesamtvermögen von 7.700 Mio. € (Vorjahr: 7.291 Mio. €) ist in Höhe von 3.019 Mio. € (Vorjahr: 2.913 Mio. €) und damit zu 39,2 % (Vorjahr: 40,0 %) durch **Eigenkapital** finanziert.

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung eine **Dividende** in Höhe von 1,00 € (Vorjahr: 0,70 €) je dividendenberechtigter Stückaktie vorschlagen.

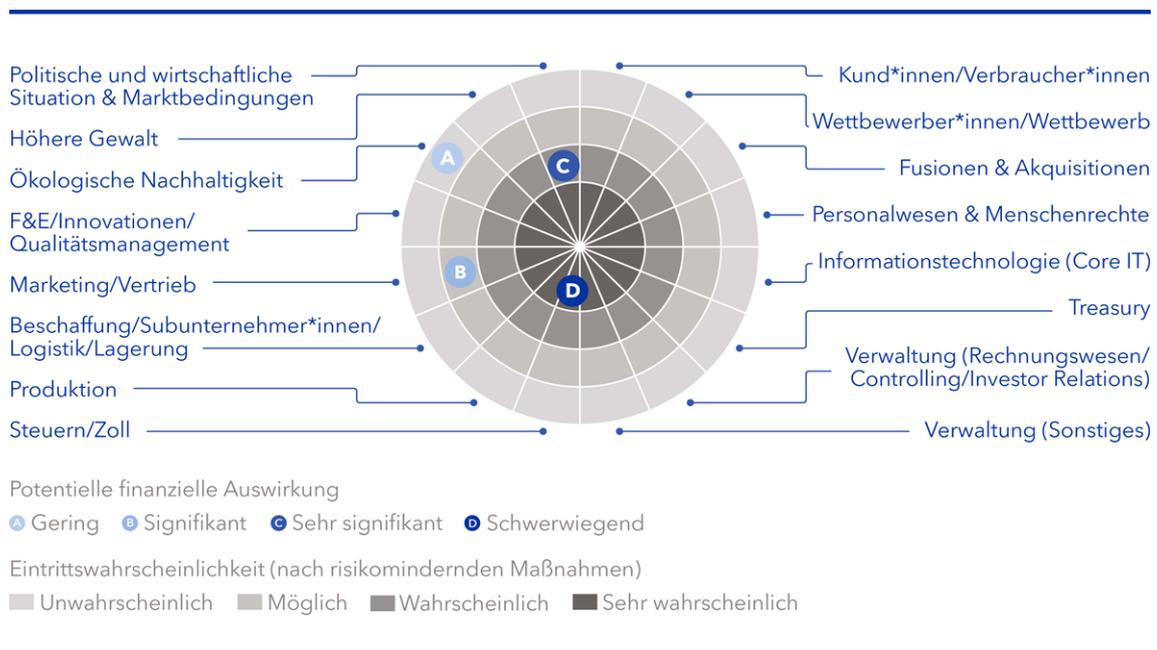
## Risikobericht

### Risiken und Chancen

Der Beiersdorf Konzern ist im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit einer Vielzahl von Risiken und Chancen ausgesetzt. Diese resultieren unter anderem aus dem unternehmerischen Handeln mit dem Ziel, Chancen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu erschließen und zu nutzen. Risiken und Chancen umfassen spezifische Ereignisse und Entwicklungen, die mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit eintreten und wesentliche negative bzw. positive finanzielle und nichtfinanzielle Auswirkungen auf die Erreichung der Ziele des Beiersdorf Konzerns haben können. Beiersdorf setzt ein integriertes Risiko- und Chancenmanagementsystem ein, um die wesentlichen Risiken frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und konsequent durch gegensteuernde Maßnahmen zu begrenzen. Dieses System wird in der Konzernzentrale koordiniert.

#### Beiersdorf Risiko-Radar

Schematische Darstellung



### Integriertes Risiko- und Chancenmanagementsystem

Im Beiersdorf Konzern ist das Risiko- und Chancenmanagementsystem ein integraler Bestandteil der zentralen und dezentralen Planungs-, Steuerungs- und Kontrollprozesse in den einzelnen Gesellschaften, den Management Units und Regionen, auf Ebene der Unternehmensbereiche Consumer und tesa sowie auf Konzernebene. Ergänzt wird das Risiko- und Chancenmanagement durch die jeweiligen rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsysteme, die verschiedenen in- und externen Überwachungsgremien - unterstützt von der internen Revision - sowie die externen Prüfer\*innen. Das ebenso hier zu nennende Compliance-Management wird im Kapitel „Nichtfinanzielle Erklärung“ ausführlich beschrieben.

Das Chancen- und Risikomanagement orientiert sich direkt an der Unternehmensstrategie und unterstützt Beiersdorf dabei, seine Potenziale zu erkennen, auch stets unter Risikoaspekten zu analysieren und optimal auszuschöpfen. So ermöglichen beispielsweise regelmäßig durchgeführte Kund\*innen- und Wettbewerbsanalysen eine zeitnahe Reaktion auf das dynamische Marktgeschehen. Aus den gewonnenen Erkenntnissen werden dabei konkrete Marktchancen und -risiken abgeleitet.

Beiersdorf geht Risiken aktiv nur dann ein, wenn diesen die Chance auf eine angemessene Wertsteigerung entgegensteht und sie mittels anerkannter Methoden und Maßnahmen innerhalb der jeweiligen Organisation handhabbar sind. In Fällen, in denen eine vollständige Vermeidung von Risiken nicht möglich oder sinnvoll ist, werden sie durch geeignete Maßnahmen reduziert oder auch auf Dritte transferiert, beispielsweise auf Versicherungsunternehmen.

Im Risikomanagementprozess werden mittels periodisch vorgenommener Inventuren die wesentlichen Risiken gemeinsam mit den risikosteuernden Maßnahmen strukturiert identifiziert, bewertet, dokumentiert sowie nachfolgend kommuniziert. Die entsprechenden Grundsätze, Reporting- und Rückkopplungsprozesse sowie Verantwortlichkeiten sind in einer konzernweit gültigen Richtlinie geregelt. Diese wird regelmäßig aktualisiert.

Beiersdorf Risikodarstellung

	Eintrittswahrscheinlichkeit	Potenzielle finanzielle Auswirkung
Strategische, funktionale & operative Risiken	Unwahrscheinlich	Gering
	Möglich	Signifikant
	Wahrscheinlich	Sehr signifikant
	Sehr wahrscheinlich	Schwerwiegend

Unwahrscheinlich (< 10 %)  
 Möglich (10 % < - < 50 %)  
 Wahrscheinlich (50 % < - < 90 %)  
 Sehr wahrscheinlich (> 90 %)

Beiersdorf unterscheidet strategische, funktionale und operative Risiken. Dabei werden unter strategischen Risiken grundsätzliche Rahmenbedingungen, Entwicklungen und Ereignisse betrachtet, die geeignet sein könnten, das Geschäftsmodell des Konzerns oder seiner Unternehmensbereiche wesentlich zu beeinflussen. Funktionale Risiken sind geschäftsmodellimmanente Herausforderungen. Ihnen wird von den verschiedenen Fachfunktionen in aller Regel auf globaler oder regionaler Ebene sowohl durch dauerhafte aufbau- und ablauforganisatorische als auch durch konkrete Einzelmaßnahmen begegnet. Insbesondere im strategischen und funktionalen Risikomanagement sind auch die mit dem Klimawandel verbundenen Chancen und Risiken integriert. Operative Chancen und Risiken sind Sachverhalte, die die konkreten kurzfristigen Umsatz- und Ergebnisentwicklungen unserer Konzerngesellschaften beeinflussen können.

Diesen Risikokategorien sind adäquate Betrachtungszeiträume zugeordnet, die für strategische Risiken grundsätzlich fünf Jahre, für funktionale Risiken in der Regel zwei Jahre und für kurzfristige operative Risiken ein Jahr betragen.

Die Darstellung einzelner Risiken erfolgt in der konzerninternen Berichterstattung einheitlich durch Positionierung innerhalb des sogenannten Risiko-Radars. Die verschiedenen Felder spiegeln die für die Gesellschaft wesentlichen unternehmensinternen und -externen Themenbereiche zusammengefasst wider, aus denen sich Ursachen für Risiken ergeben können. Die auf der vorherigen Seite aufgeführte Grafik (Beiersdorf Risiko-Radar) zeigt schematisch die Struktur des Risiko-Radars von strategischen

Risiken. Durch die Zusammenführung von finanziellen, nachhaltigkeits- und rechtskonformbezogenen Themen in einem System wurde der Radar von acht auf sechzehn Themen erweitert.

Zudem werden die Risiken pro Kategorie auf der Grundlage ihrer jeweiligen Eintrittswahrscheinlichkeit sowie der potenziellen finanziellen und nichtfinanziellen Auswirkungen bei Eintritt des Risikos klassifiziert. Es werden Nettorisiken betrachtet, deren Eintrittswahrscheinlichkeit und deren Auswirkungen nach Durchführung von risikosteuernden Maßnahmen – bzw. bei Vorliegen konkreter Planungen unter deren Berücksichtigung – ermittelt werden.

Vorstand und Aufsichtsgremien werden regelmäßig auf Ebene der Unternehmensbereiche Consumer und tesa sowie auf Konzernebene über die Risikolage informiert. Daneben stellen direkte Informationswege sicher, dass plötzlich auftretende, wesentliche Risiken darüber hinaus sofort der Unternehmensführung gemeldet werden. Eine kontinuierliche gegenseitige Information mit der Funktion Corporate Development fördert zusätzlich die Berücksichtigung der Risikoaspekte bei der Unterstützung der Unternehmensführung. Auch steht das zentrale Risikomanagement im kontinuierlichen Austausch mit themenspezifischen Task-Forces, die je nach Notwendigkeit durch den Vorstand gebildet werden.

Als wesentliches Gremium zur Beratung des Vorstandes in Fragen des Risiko Managements hat das in 2022 neu aufgesetzte Corporate Risk Board (CRiB) seine Arbeit fortgesetzt. Das CRiB ist weiterhin mit leitenden Personen wichtiger, meist global verantwortlicher Konzernbereiche aus mehreren Ressorts besetzt (Marketing, Qualitätsmanagement, interne Revision, Kommunikation, Nachhaltigkeit, Konzernrechnungslegung, IT-Security, Recht). Auftrag dieses Gremiums ist die breit angelegte Sammlung, vertiefte Bewertung und zusammengefasste Darstellung der verschiedenen, teils bereits bekannten, aber auch neu im Gremium erhobenen Risiken. Auf Basis der Einbringung vielschichtiger Perspektiven dient es Beiersdorf so als wichtige, sogenannte kollektive Intelligenz, die eine weitere Verbesserung und Ergänzung im Rahmen der Analyse wesentlicher Risiken ermöglicht.

Wie bereits im Vorjahr haben sich Vorstand und Aufsichtsrat bei der Auseinandersetzung mit den wesentlichen Risiken und Chancen mit dem Vergleich des aktualisierten, qualitativ und quantitativ aggregierten Risikoportfolios zur finanziellen, ebenfalls aktualisierten Gesamt-Risikotragfähigkeit beschäftigt. Dabei war das Ziel erneut, zu ermitteln, ob auf dieser Basis die bisherige Gesamtbeurteilung der Risikolage (siehe unten) verändert werden müsste.

Zur Sicherstellung einer höchstmöglichen Transparenz und Nachvollziehbarkeit wird die finanzielle Risikotragfähigkeit von Beiersdorf auf Basis der durchschnittlichen Nettoliquidität ermittelt. Dabei wird der für die Entwicklung der Nettoliquidität bei der mehrperiodigen Betrachtung heranzuziehende verfügbare Free-Cashflow lediglich um die vorher abgezogenen Investitionen in Wertpapiere sowie Effekte aus vergangenen M-&-A-Transaktionen wieder bereinigt. Die Ermittlung der Risikotragfähigkeit basiert damit auf einem sehr konservativen Ansatz, da sie grundsätzlich mögliche und durchaus bedeutsame kurzfristige Erhöhungen unserer Liquidität bewusst außer Acht lässt, die in tatsächlichen Krisensituationen abgestuft eingesetzt werden könnten.

Zu diesen Erhöhungen zählten z. B. die Neubeschaffung und/oder Erhöhung von Kreditlinien, die Auflösung stiller Reserven, die Veräußerung von Anlagevermögen, einzelnen Geschäftsfeldern oder den im Bestand befindlichen eigenen Aktien bis hin zu zeitweiser Aussetzung der Dividendenzahlung, Verringerung der beabsichtigten Investitionen in den Markt oder die Erhaltung / der Ausbau unseres Anlagevermögens. Zuletzt haben wir sowohl bei der Nettoliquidität als auch bei der Cashflow-Größe nur den Durchschnittswert der letzten fünf Jahre angesetzt und nicht die höheren aktuellen Werte des Jahres 2023.

Als Ergebnis des Vergleichs der Risikolage mit der entsprechenden Tragfähigkeit lässt sich festhalten, dass das derzeitige, im Berichtsjahr neu bewertete Risikoportfolio im relevanten Betrachtungszeitraum der nächsten zwei Jahre selbst bei einem vollständigen und gleichzeitigen Eintreten aller Einzelrisiken weiterhin nicht im Stande wäre, auch nur annähernd eine bestandsgefährdende finanzielle Situation herbeizuführen.

## Darstellung der wesentlichen Risiken und Chancen

### Strategische Risiken und Chancen

Alle bereits 2022 bestehenden sowie die im Berichtsjahr 2023 neu aufgetretenen strategischen Risiken wurden erneut einer umfangreichen Überprüfung unterzogen. Wo nötig haben wir die genaue Risikodefinition angepasst sowie die Bewertung von Eintrittswahrscheinlichkeit und/oder -effekt verändert. Im Ergebnis über alle Risiken hinweg ergibt sich im Vergleich zum Vorjahr quantitativ keine materielle Veränderung der Gesamtrisikolage, da sich einige erhöhte Risiken, zum Beispiel im Bereich von klimabedingten Effekten entlang der vollen Wertschöpfungskette, durch andere verringerte Risiken, zum Beispiel im Bereich der Energieversorgungssituation, ausgleichen. Außerdem haben wir, wie schon im vergangenen Jahr, im Zuge einer vorsichtigen Herangehensweise die bisher über unsere mittelfristigen Planungen hinausgehenden Chancen aktuell aus der quantitativen Nettoermittlung des Risikoportfolios komplett herausgenommen. Weiterhin haben wir einzelne Risikoaspekte, die wir eher zu den tagtäglichen, geschäftsmodellimmanenten Herausforderungen zählen, denen wir uns kontinuierlich stellen, aus den Definitionen strategischer Risiken entfernt, da diese in unseren finanziellen Planungen in aller Regel bereits erfasst sind. Hierzu zählen u. a. immer wieder uns beschäftigende Auseinandersetzungen bei Preisfestsetzungen mit dem Handel und vielfältige Angriffe des Wettbewerbs auf unsere Marken und Produkte, insbesondere die Verteidigung unserer Markenrechte und Produktversprechen.

#### 1. Reputationsschäden für Marken und Gesamtunternehmen

Erhalt und Ausbau des Werts unserer großen verbraucher\*innennahen Marken mit ihrer breiten Tragfähigkeit sind für die wirtschaftliche Entwicklung von Beiersdorf weiterhin von entscheidender Bedeutung. Wesentlich hierfür ist das immer wieder neu zu bestätigende Vertrauen unserer Kund\*innen und insbesondere der Konsument\*innen unserer Produkte. Wir haben unser Risikomanagementsystem darauf ausgerichtet, dieses Vertrauen jederzeit in vollem Umfang zu rechtfertigen und so den Wert unserer Marken dauerhaft und erfolgreich zu schützen. Wir prüfen kontinuierlich unsere internen Prozesse in allen Bereichen des Unternehmens, um bei eventuellem Auftreten von potenziell rufschädigenden bzw. -gefährdenden Vorgängen angemessen, sachlich korrekt, schnell und wirkungsvoll reagieren zu können. Wir gehen davon aus, dass dies, gemeinsam mit allen im Folgenden beschriebenen Aktivitäten zur Optimierung der Qualität unserer Produkte und unseres gesamten Marktauftritts, dazu beitragen kann, dass es bei trotz allem auftretenden möglichen Reputationsproblemen zu keinem kritischen Sachverhalt kommen kann. Dies gilt gleichermaßen für unsere Marken wie auch für unser Unternehmen als Ganzes. Unsere umfangreichen Maßnahmen, die wir sowohl in der Umsetzung als auch in der Kommunikation in Bezug auf Nachhaltigkeit, Diversity und weitere Aspekte der Corporate Social Responsibility (CSR) realisiert haben, tragen ebenfalls zur Risikobegrenzung bei. Wir sehen allerdings durch das neue Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz kurzfristig, trotz aller bereits aufgesetzten Maßnahmen, einen leichten Anstieg des Netto-Risikos. Wir stufen die Risiken für die Reputation unserer Marken und unseres Unternehmens insgesamt als **signifikant und möglich** ein.

#### 2. Kritische Inhaltsstoffe

Für eine klarere Abgrenzung und Bewertung haben wir das Risiko, was sich durch den Einsatz kritischer Inhaltsstoffe ergibt, in diesem Bericht gesondert von den allgemeinen Beschaffungsrisiken aufgeführt. Dabei sorgt unsere sowohl inhaltlich als auch geographisch breit aufgestellte

Forschungs- und Entwicklungsabteilung, unterstützt durch eine spezialisierte Regulatory Affairs-Funktion, dafür, dass wir zu jeder Zeit sämtliche lokalen rechtlichen Anforderungen erfüllen. Zudem sind wir in permanentem Austausch mit den relevanten Behörden, um rechtzeitig auf sich abzeichnende veränderte Anforderungen im Bereich von Produktformulierungen reagieren zu können. Als Mitglied in den relevanten Verbänden, vor allem auf europäischer Gesamtebene, sind wir als Unternehmen frühzeitig über die sich abzeichnenden Veränderungen informiert. Dazu gehört auch unser regelmäßiger Austausch mit wichtigen Lieferanten. Insgesamt haben wir im vergangenen Jahr unseren internen Prozess zum Umgang mit kritischen Inhaltsstoffen weiter verbessert. Allerdings ist festzustellen, dass durch die weitere Verbreitung von digitalen Applikationen und Kanälen, die sich kritisch mit den Inhaltsstoffen der kosmetischen Industrie auseinandersetzen, die Herausforderungen zunehmend größer geworden sind. Wir stufen das Risiko weiterhin als **signifikant und möglich** ein.

### 3. Beschleunigung der Digitalisierung

Die digitale Durchdringung der **Konsumenteninteraktion entlang des gesamten Marketing- und Verkaufsprozesses** nimmt weiter stetig zu. Beiersdorf arbeitet deshalb weiterhin mit hoher Intensität daran, diese Interaktionen möglichst zielgruppengenau zu planen und umzusetzen. Dabei haben wir im vergangenen Jahr erhebliche Anstrengungen im Bereich des Präzisionsmarketing unternommen, die es uns ermöglichen, die Effektivität unserer Investitionen deutlich zu steigern. Gleichzeitig haben wir organisatorisch dafür gesorgt, dass noch stärker integrativ gearbeitet wird, über alle Marken, zwischen den Funktionen und IT und in engem Verbund mit dem Geschäft. Speziell im **E-Commerce** Bereich haben wir unsere Ressourcenausstattung weiter erhöht, um der zunehmenden Bedeutung dieses Kanals gerecht zu werden. Dabei ist es weiterhin eine große Herausforderung, geeignete Talente zu rekrutieren und auch zu halten. Dies gilt insbesondere für das Gebiet der Datenanalyse, das von entscheidender Bedeutung ist, um schnell und präzise Handlungsanweisungen, auch im engen Austausch mit unseren Kunden, zu generieren. Ein weiterer Aspekt ist die vollständige Gewährleistung des privaten **Datenschutzes**. Hier hilft uns unser Datenschutzmanagementsystem, global gesteuert und lokal implementiert, einen sicheren Umgang mit sensiblen Daten unseres Unternehmens und unserer Geschäftspartner\*innen und Konsument\*innen kontinuierlich zu gewährleisten. Dies betrifft zum Beispiel die Entwicklung und Nutzung unserer Auftritte in den sozialen Medien oder die Entwicklung neuer Softwarelösungen. Ergänzt werden diese Bemühungen durch klare interne Verhaltensregeln und transparente Führungsstrukturen. Dies wird begleitet von umfangreichen Schulungs- und Kontrollaktivitäten, sowie für den Datenschutz, weiterer Unternehmungen zum weltweiten Rollout. Durch die Vielzahl unsere Maßnahmen schätzen wir in dieser Berichtsperiode das Risiko als **signifikant und möglich** ein.

### 4. Wachsende politische und wirtschaftliche Unsicherheiten

In der Berichtsperiode bleibt die **globale politische Lage** weiterhin stark angespannt. Neben dem Krieg in der Ukraine sorgt die neue militärische Auseinandersetzung im Nahen Osten für Unsicherheit, da nicht absehbar ist, ob es noch zu einer regionalen Ausweitung kommt, welche dann auch etwas größere, unmittelbare Auswirkungen auf unser Geschäft in der Region haben könnte. Auch wenn es in den letzten Monaten vorerst keine weitere Verschlechterung des amerikanisch-chinesischen Verhältnisses gegeben hat, bleibt dies doch weiterhin ein beträchtlicher Unsicherheitsfaktor.

Die wirtschaftlichen Aussichten der Weltwirtschaft sind insgesamt schwer abzuschätzen, da die Auswirkungen der sehr starken Zinserhöhungen der letzten anderthalb Jahre möglicherweise erst mit einiger Verspätung in den volkswirtschaftlichen Zahlen ablesbar sind. Hier besteht vor allem in allen Ländern mit hohem Verschuldungsgrad ein hohes Risiko, wenn die wesentlich höheren Kreditkosten die laufenden Haushalte belasten werden. Gleiches gilt für Einzelunternehmen mit

hohem Verschuldungsgrad, mit denen Beiersdorf direkt oder indirekt in Geschäftsbeziehungen steht. Hier könnte gerade die Immobilienkrise in China ein nicht zu unterschätzender Faktor sein. Dabei ist Beiersdorf über alle Sparten hinweg geografisch relativ gut ausbalanciert, ohne extreme Abhängigkeiten von einem bestimmten Markt. Potenzielle Markteintritte in neue Länder werden auch vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen umfassend bewertet. Für Russland wird strikt auf das Einhalten aller Sanktionsmaßnahmen geachtet. Trotzdem stufen wir das Risiko der Auswirkungen aus einem eskalierenden militärischen Konflikt oder einer wirtschaftlichen Krise in einem für uns relevanten Markt insgesamt als **sehr signifikant und möglich** ein.

#### 5. Knappheit bei Rohstoffen, natürlichen Ressourcen und Energie

Die allgemeine Beschaffungslage hat sich mit dem Abflauen der durch COVID-19 bedingten Einschränkungen in der globalen Lieferkette in den letzten Monaten verbessert. Dies zeigt sich auch im Preisrückgang einiger wichtiger Rohstoffe und Packmittel, auch wenn zahlreiche Kategorien nicht ihr Preisniveau vor der Pandemie erreicht haben. Gleiches gilt auch für die Energieversorgung, die zum gegenwärtigen Zeitpunkt als weitgehend gesichert angesehen wird. Um möglichst schnell und angemessen auf mögliche zukünftige Versorgungskrisen reagieren zu können, setzen wir auf ein kontinuierliches Monitoring unserer Märkte und Lieferanten wie auch auf ein adäquates Vertragsmanagement. Gleichzeitig kümmert sich unsere Beschaffung um eine gezielte Steuerung der Aktivitäten in Bezug auf Umfang, Zeitpunkt und Frequenz der einzelnen Einkäufe. Strategische Partnerschaften bleiben dabei wichtige Bestandteile der aktiven Steuerung unseres Lieferantenportfolios ebenso wie interne Programme, die die Agilität der gesamten Wertschöpfungskette und deren Resilienz bei Störungen sicherstellen sollen. Daneben sind wir im Rahmen der Fortsetzung unseres breit angelegten „Value Engineering“-Projekts weiterhin auf der intensiven Suche nach Kostensenkungspotenzialen im gesamten Wertschöpfungsprozess. Obwohl wir grundsätzlich positive Tendenzen sehen, bleibt das Umfeld schwer vorherzusagen. Aus diesem Grund schätzen wir die strategischen bzw. funktionalen Risiken im Zusammenhang mit der Verfügbarkeit und der Preisentwicklung auf der Beschaffungsseite aufgrund des volatilen Umfelds insgesamt als **signifikant und möglich** ein.

#### 6. Cybersicherheit

Das Risiko aus der Bedrohung unserer und der IT-Systeme unserer direkten Geschäftspartner\*innen haben wir im Rahmen der Überprüfung unserer strategischen Risiken nunmehr wieder als spezielles Einzelrisiko ausgewiesen. Dies trägt der besonderen und weiter zunehmenden Bedeutung dieses Risikos Rechnung. Das Risiko der physischen Nichtverfügbarkeiten kritischer Infrastruktur außerhalb der IT (vor allem Produktions- und Lagerzentren, inklusive Transport) haben wir in diesem Jahr dem Risiko aus dem Klimawandel zugeordnet. In Bezug auf Cybersicherheit konnten wir uns auch im Jahr 2023 erfolgreich gegen direkte und indirekte Angriffe auf unsere eigenen IT-Systeme wehren. Dabei haben wir weitere Verbesserungen der IT-Infrastruktur, insbesondere bei Cloud-Diensten, erreicht. Das besondere Risiko, das sich aus vermehrter Arbeit unserer Mitarbeitenden von zuhause ergibt, haben wir weiter durch sowohl technische als auch trainingsbasierte Maßnahmen reduziert. Als wichtige unabhängige Bestätigung unserer Anstrengungen haben wir auch die ISO 27001-Zertifizierung wiederholt. Des Weiteren haben wir damit begonnen, unsere operativen Systeme entlang der Wertschöpfungskette noch besser zu schützen. Angesichts der insgesamt wachsenden Anzahl an Bedrohungen schätzen wir das Risiko trotz allen Fortschritts als **signifikant und möglich** ein.

#### 7. Zunehmende ESG Anforderungen

Die regulatorischen Rahmenbedingungen im Bereich ESG nehmen laufend zu. Dazu tragen insbesondere der „European Green Deal“ in seiner Umsetzung in nationale Gesetzgebung als auch

das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) bei. Unabhängig von den rechtlichen Anforderungen hat sich Beiersdorf ambitionierte Ziele gesetzt. Dies wird auch gerade durch unsere eigenen spezifischen Nachhaltigkeitsziele in den Bereichen Verpackungsvermeidung und -reduzierung sowie Klimaschutz deutlich. Die erstmals 2021 verkündete neue Plastikkreislaufstrategie setzen wir dabei ebenso konsequent weiter fort wie auch unsere Bestrebungen zur Entwicklung und Einsatz nachhaltiger Verpackungs- und Nutzungskonzepte. Unsere Fähigkeiten zur transparenten Messung des Fortschritts gegen Zwischenziele haben wir kontinuierlich erhöht. Gleichzeitig fanden auch in 2023 diverse Veranstaltungen in unterschiedlichen Formaten statt, die helfen sollen, das Bewusstsein und Verständnis unserer Mitarbeitenden und Führungskräfte für die Themen Umwelt und Nachhaltigkeit zu verbessern. Außerdem haben wir in 2023 eine globale Diversity und Inclusion Woche durchgeführt, um einerseits unsere Fortschritte zu teilen, aber auch neue ambitionierte Ziele, zum Beispiel hinsichtlich Menschen mit Behinderung, zu diskutieren. Um den Anforderungen des neuen LkSG gerecht zu werden, haben wir sowohl intern als auch für unsere Lieferanten Trainings, vor allem hinsichtlich Menschenrechte, durchgeführt. Gleichzeitig haben wir die Beurteilung und Prüfung der Lieferanten in Bezug auf das Gesetz begonnen. Aufgrund der hohen Anzahl an Geschäftspartnern wird hier eine Abdeckung nur über einen längeren Zeitraum möglich sein. Da wir weiter von sich erhöhenden Erwartungen an uns in Bezug auf Umweltschutz und als verantwortungsvollem „Corporate Citizen“ ausgehen, sowohl von der Öffentlichkeit, NGOs, aber auch unseren Kunden, bewerten wir das Risiko weiterhin als **sehr signifikant und möglich**.

#### 8. Klimawandel-bedingte Auswirkungen auf die vollständige Wertschöpfungskette

Wir fassen unter diesem neuen Risiko alle sich aus dem Klimawandel möglicherweise ergebenden Auswirkungen auf unsere gesamte Wertschöpfungskette zusammen, vom Bezug kritischer Roh- und Packmaterialien bis zum Transport an den Endkunden. Wir haben 2023 eine umfangreiche externe Studie zur Risikoentwicklung unserer eigenen Standorte bis 2040 durchführen lassen. Die sich daraus ergebenden Einsichten werden nun in geeignete Maßnahmenpakete überführt. Gleichzeitig haben wir damit begonnen, eine kontinuierliche Überwachung dieser Risiken, auch für kritische Inhaltsstoffe, einzurichten. Ein besonderes Augenmerk gilt hierbei der Wasserversorgung der Produktionsstätten. Außerdem werden unsere Notfallpläne zur kritischen Infrastruktur und Versorgung fortlaufend aktualisiert, um in solchen Situation schnell und umfassend reagieren zu können. Zum derzeitigen Zeitpunkt schätzen wir das Risiko als **signifikant und möglich** ein.

#### 9. Talentmangel und -fähigkeiten

Ein weiteres, bisher nur funktionales, nun als strategisch definiertes Risiko betrifft die zunehmende Herausforderung, geeignete Talente zu rekrutieren, zu halten und angemessen schnell und umfassend auf neuen Technologien zu trainieren. Dieses Risiko betrifft sowohl unsere deutschen Standorte, als auch unsere Ländergesellschaften, insbesondere für alle Aufgaben mit starker digitaler Komponente. Hier ist Beiersdorf nicht nur in Konkurrenz zu Wettbewerbern in unserer Industrie, sondern gerade auch zu größeren und kleineren Technologiefirmen. Als wichtigste Maßnahme haben wir deshalb im vergangenen Jahr mit Hochdruck an einem neuen Arbeitgebermarken-Programm gearbeitet, das in Kürze global ausgerollt wird. Weiterhin haben wir unseren Auftritt in den sozialen Medien verstärkt, auch durch die Einbeziehung aller Führungskräfte in die externe Kommunikation, um das Profil und die Bekanntheit von Beiersdorf als attraktivem Arbeitgeber zu schärfen. Darüber hinaus dienen Kooperationen und Kontakte mit Universitäten dazu, qualifizierte Nachwuchskräfte frühzeitig einzubinden, um sie durch spezielle Einstiegsprogramme auf eine Karriere bei Beiersdorf vorzubereiten. Wie auch in den Vorjahren haben wir die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden über eine externe, standardisierte und anonyme Befragung im Vergleich zu uns selbst und dem Markt bewerten lassen. Hier konnte das sehr hohe Niveau der Zufriedenheit aus dem Vorjahr noch leicht ausgebaut werden. Ein Faktor dabei war vermutlich, dass intern noch mehr Fokus auf qualitativ gute und regelmäßige

Entwicklungsgespräche und -maßnahmen gesetzt wurde. Um die Qualifikation der Mitarbeitenden den sich ständig steigenden Anforderungen, gerade im Digitalbereich, anzupassen, haben wir entsprechende Schulungsprogramme aufgesetzt. Diese decken sowohl allgemeine als auch funktionsspezifische Fähigkeiten ab, für die unsere diversen Akademien zuständig sind. Auch aufgrund unserer derzeitigen starken Wettbewerbskraft bewerten wir das Risiko zur Zeit mit **gering und möglich**.

#### 10. Generative künstliche Intelligenz

Wir haben dieses Risiko, was gleichzeitig auch unglaubliche Chancen eröffnet, separat vom Risiko der allgemeinen digitalen Beschleunigung aufgeführt, um der sehr hohen Dynamik in diesem Bereich Rechnung zu tragen. Außerdem ist Beiersdorf als Hersteller von Markenartikeln hierbei besonderen Herausforderungen ausgesetzt. Wir unterscheiden grundsätzlich zwischen zwei Arten von Risiken: einerseits jene, die sich aus der zur Bereitstellung von Daten an die externen Modelle ergeben, andererseits solche, die sich aus der Verwertung der Resultate aus den Modellen ergeben. Als Reaktion auf die rasante Verbreitung von ChatGPT und ähnlichen Werkzeugen haben wir innerhalb kurzer Zeit eine verbindliche rechtliche Leitlinie publiziert, die alle Beiersdorf Mitarbeitenden im Umgang mit diesen Applikationen beachten müssen. Dies soll insbesondere sicherstellen, dass wir Fehler im Umgang mit Urheberrechten und Datenschutz vermeiden. Außerdem haben wir inzwischen eine eigene Beiersdorf GPT Instanz zur Verfügung, sodass Modelle mit unseren eigenen Daten in einem sicheren Umfeld trainiert werden können. Die Erkenntnisse aus den ersten größeren Anwendungsfällen werden so kommuniziert, dass sie auf weitere Versuche angewandt werden können. Neben der Forschung und Entwicklung haben wir insbesondere im Marketing-Bereich damit begonnen, uns im Rahmen einer Taskforce intensiv mit den Chancen und Risiken zu beschäftigen. Dabei decken wir sowohl die kreativen Möglichkeiten als auch die produktivitätssteigernden Aspekte der neuen Technologie ab. Wir werden weiterhin an der Gestaltung der Rahmenbedingungen für die sichere Nutzung der Werkzeuge arbeiten. Zum jetzigen Zeitpunkt, auch weil die Anwendungsfälle noch begrenzt sind, stufen wir das Risiko als **gering und unwahrscheinlich** ein.

#### Funktionale Risiken und Chancen

Wir haben auch in dieser Berichtsperiode alle funktionalen Risiken und Chancen durch die globalen Funktionen bewerten lassen. Dabei gibt es teilweise eine starke Überschneidung mit den strategischen Risiken und Chancen, sodass eine separate Quantifizierung in den meisten Fällen nicht sinnvoll ist. Dies trifft insbesondere auf die Themen Reputation, Klimawandel und Nachhaltigkeit sowie Beschaffung zu. Allerdings gibt es bei all diesen Themen aus der rein funktionalen Sicht noch zusätzliche kompensierende Maßnahmen, die wir bei den strategischen Risiken auf die Hauptaktivitäten beschränken. Ein Beispiel ist die Einrichtung von Beschaffungskontrakten mit Absicherungsklauseln, die die Volatilität bei wichtigen Rohstoffen und Verpackungsmaterialien in unsicheren Märkten reduziert.

Nur als funktionales Risiko haben wir zum Beispiel die **Nicht-Konformität bezüglich des europäischen Kapitalmarktgesetzes** aufgelistet, insbesondere die Risiken des Insiderhandels sowie der Nichtbeachtung der Adhoc Berichtserfordernisse. Hier führen wir schon seit Jahren regelmäßige, zielgruppengenaue Training durch. Außerdem stellen wir den internen Informationsaustausch zu potentiellen relevanten Adhoc-Fakten fortlaufend sicher. Ein Adhoc-Komitee kümmert sich um die Bewertung der Information und deren Dokumentation. Das Risiko bewerten wir als **signifikant und möglich**.

Ein weiteres, rein funktionales Risiko betrifft das **Marktrisiko aus Kapitalanlagen**. Potenzielle Ausfallrisiken im Zusammenhang mit der Anlage der Konzernliquidität werden dadurch begrenzt, dass Anlagen nur bei definierten sicheren Kontrahenten erfolgen. Das Kontrahentenrisiko überwachen wir täglich anhand von Ratings und haftendem Eigenkapital der Kontrahenten sowie fortlaufend aktualisierten Risikoindikatoren. Mit Hilfe dieser Parameter werden Höchstbeträge für Anlagen bei

Partnerbanken und Wertpapieremittenten ermittelt (Kontrahentenlimits), denen wir die tatsächlich getätigten konzernweiten Anlagen gegenüberstellen. Wir haben den überwiegenden Teil unserer Liquidität in risikoarmen Titeln angelegt (z. B. Staats-/Industrieanleihen und Pfandbriefe). Die schriftlich niedergelegte Investitionsstrategie wird regelmäßig mit unserem internen Kontrollgremium und dem Aufsichtsrat abgestimmt. Unser Risikomanagementprozess beinhaltet die Betrachtung des "Conditional Value at Risk", sodass auch extreme Marktsituationen simuliert, verstanden und für die Anlageentscheidungen berücksichtigt werden können. Klare Zuordnungen von Verantwortlichkeiten, zentrale Regeln zur grundlegenden Begrenzung finanzieller Risiken und die bewusste Ausrichtung der eingesetzten Instrumente auf die konkreten Erfordernisse unserer Geschäftstätigkeit sind Ausdruck des finanzbezogenen Risikomanagements von Beiersdorf. Spezielle und weitergehende Informationen zum Ausmaß der Währungs-, Zins-, Ausfall- und Liquiditätsrisiken finden sich in der Anhangangabe 29 „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten, Finanzrisikomanagement und derivativen Finanzinstrumenten“. Durch die gestiegenen Zinsen kann unsere auf Vorsicht ausgerichtete Strategie einfacher umgesetzt werden. Wir stufen deshalb dieses Risiko als **signifikant, aber unwahrscheinlich** ein.

Zuletzt ist das Risiko aus Steuer- und Zollprüfungen in einem anspruchsvollen wirtschaftlichen Umfeld zu nennen, auch gerade vor dem Hintergrund einiger wichtiger Veränderungen in unserem globalen Transferpreismodell. Hier besteht insbesondere das Risiko, dass bei Prüfungen in den lokalen Gesellschaften keine ausreichende Dokumentation vorhanden ist, was zur Ablehnung unseres Transferpreisansatzes und damit zu höheren Steuerabgaben führen könnte. Wir haben deshalb unsere Anstrengungen bezüglich Trainings für Steuerinhalte und allgemeine Kommunikation zu Steuerthemen erhöht. Gleichzeitig arbeiten wir an der Entwicklung von digitalen Anwendungen, die für mehr Transparenz und gleiche globale Standards, zum Beispiel in Bezug auf Berechnung und Dokumentation, sorgen. Ferner haben wir für kritische Themen die Expertise von externen Dritten verstärkt. Insgesamt halten wir das Risiko für **sehr signifikant, aber unwahrscheinlich**.

### Kurzfristige operative Risiken und Chancen

Neben den auch langfristig möglichen Auswirkungen aus der Vielzahl an geopolitischen und wirtschaftlichen Unsicherheiten, die wir in den strategischen Risiken genannt haben, sehen wir auch bei den operativen Risiken den Bezug zu dieser Volatilität. Dabei spielen die Preisverhandlungen mit unseren Kunden sowie die Reaktion unserer Konsumenten\*innen auf die veränderten Preise eine wichtige Rolle. Hier haben wir in den letzten zwei Jahren wertvolle Erfahrungen sammeln können, die auch in unsere Analysetools zur Simulation eingeflossen sind. Daher sind die wichtigsten Annahmen zu Preisen und Volumen, mit wenigen Ausnahmen, bereits vollständig in den Basisplan eingearbeitet worden. Darüber hinausgehende Effekte schätzen wir als unwahrscheinlich und gering ein.

Das grundsätzliche Risiko einer Pandemie hatten wir in den letzten Jahren in den funktionalen Risiken mit entsprechenden Maßnahmen abgebildet. In der aktuell abgelaufenen Periode hat sich unsere kurzfristige Einschätzung insofern verändert, als dass das Ende der Corona-Schutzmaßnahmen in vielen Ländern positive Aufholeffekte, vor allem in Kategorien wie Sun oder Lip, möglich gemacht hat. Diese Chancen haben wir in der Regel in der Basis-Vorhersage abgebildet und sehen mittelfristig keine weiteren signifikanten Effekte.

Die verbleibenden, wichtigen operativen Nettorisiken ergeben sich wie in der Vorperiode ausschließlich aus rechtlichen oder steuerlichen Verfahren sowie aus Betriebsprüfungen. Diese Risiken wurden soweit möglich durch interne und externe Expert\*innen angemessen und mit Vorsicht bewertet. Einschätzungen zu Verlauf und Ergebnissen von Rechtsstreitigkeiten sind mit erheblichen Unsicherheiten verbunden. Auf Basis der derzeit vorliegenden Informationen sind keine wesentlichen Belastungen für den Konzern zu erwarten, die als wahrscheinlich einzuschätzen wären.

Weitere Informationen und Einzelheiten zum Ausmaß der hier beschriebenen Risiken finden sich in der Anhangangabe 30 „Haftungsverhältnisse, sonstige finanzielle Verpflichtungen und rechtliche Risiken“.

## Monitoring der Risiken und Chancen

Das formale Monitoring der strategischen und funktionalen Risiken inkl. der entsprechenden mitigierenden Maßnahmen findet einmal jährlich auf Ressort- und Gesamtvorstandsebene sowie anschließend im Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats statt. Daneben begleiten diese Themen natürlich ebenso wie die Beachtung unserer risikopolitischen Grundsätze jede wesentliche Geschäftsentscheidung, die auf den verschiedenen Ebenen im Unternehmen getroffen wird.

Das Monitoring der operativen Risiken und Chancen erfolgt in Ergänzung zu den oben genannten Berichten kontinuierlich im Rahmen des finanziellen Planungs-, Forecasting- und Reportingprozesses auf lokaler, regionaler und zentraler Ebene. Hierbei wird darauf geachtet, dass unter Berücksichtigung getroffener bzw. konkret geplanter Maßnahmen, z. B. auch durch Bildung von Rückstellungen, alle eher wahrscheinlichen Umsatz- und Ergebniseffekte angemessen in unsere Finanzdarstellung direkt einfließen. Unter Führung der Konzern-Controlling-Funktion gemeinsam mit dem Risikomanagement, der internen Revision und weiterer relevanter Controlling-Funktionen wird dies zusätzlich durch einen monatlichen Review wesentlicher Finanzkennzahlen der Konzerngesellschaften ergänzt, um potenziell kritische Entwicklungen schnell und zielgerichtet mit den Beteiligten anzusprechen und ggf. Korrekturmaßnahmen einleiten zu können.

Aktuelle Informationen zur Risikoentwicklung fließen somit auch regelmäßig unterjährig in die Steuerungs- und Planungssysteme der Unternehmenseinheiten ein und sind Gegenstand der Entscheidungs- und Kontrollprozesse. Durch die direkte Verzahnung von Risikoinventur- und Planungsprozess wird das Risikomanagementsystem kontinuierlich weiterentwickelt und ein unternehmensweites Risikobewusstsein verankert.

## Zusammenfassende Darstellung der Risikolage

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeit der wesentlichen bestehenden Risiken in der Einzelbetrachtung nur für das Risiko „Reputationsschäden für Marken oder Gesamtunternehmen“ nach oben verändert. Dadurch, dass die drei neuen strategischen Risiken in der Vorperiode schon weitgehend durch die funktionalen Risiken abgedeckt waren, ergibt sich für die Risikolage gesamthaft keine Veränderung. Die möglichen finanziellen Auswirkungen bei Eintritt der bestehenden strategischen Risiken haben wir teilweise nach unten (digitale Beschleunigung, Material- und Energieknappheit) angepasst, gleichzeitig aber neue strategische Risiken hinzugefügt. Insgesamt sehen wir daher kein Erfordernis zur qualitativen Neupositionierung speziell der strategischen Risiken.

Auch unter Berücksichtigung dieser aktualisierten Einschätzungen ergibt sich aktuell keine grundlegende Änderung unserer Bewertung der gesamthaften Risikolage. Wie im Vorjahr wurde diese Bewertung untermauert durch eine Gegenüberstellung des aktuellen, quantitativ wie qualitativ aggregierten Risiko-Gesamtportfolios mit der sehr konservativ ermittelten und u. a. aufgrund der weiter verbesserten Liquiditätslage des Konzerns leicht erhöhten, aktuellen Risikotragfähigkeit des Beiersdorf Konzerns. Beiersdorf sieht sich damit auch zu diesem Zeitpunkt in der Überzeugung bestärkt, dass keine bestandsgefährdenden Risiken - weder für den Beiersdorf Konzern insgesamt noch für einzelne Segmente unseres Geschäfts - vorliegen.

## Rechnungslegungsbezogenes internes Kontrollsystem

Ziel des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems ist es, durch Implementierung geeigneter Grundsätze, Verfahren und Kontrollen die Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der Buchführung und der Finanzberichterstattung des Abschlusses und des Lageberichts des Beiersdorf

Konzerns sowie der Beiersdorf AG entsprechend den gesetzlichen Vorschriften sowie den relevanten Rechnungslegungsstandards sicherzustellen.

Der Umfang und die Ausrichtung des eingerichteten internen Kontrollsystems wurden durch den Vorstand anhand der konzernspezifischen Anforderungen ausgestaltet. Das rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem besteht aus den Komponenten Kontrollumfeld, Risikobeurteilungsprozess, Kontrollaktivitäten, Information, Kommunikation und Überwachung.

Im Rahmen einer Analyse wurden die Posten und Positionen mit den wesentlichen Risiken für den Abschluss identifiziert, denen anschließend die zugrunde liegenden Prozesse zugeordnet wurden. Für diese Prozesse wurden konzernweit präventive, überwachende und aufdeckende Sicherungs- und Kontrollmaßnahmen im Rechnungswesen, in der Informationsverarbeitung und in operativen Funktionen definiert. Zu den Maßnahmen zählen unter anderem Funktionstrennungen, manuelle und IT-gestützte Genehmigungsprozesse nach dem Vier-Augen-Prinzip, IT-Kontrollen, Zugriffsbeschränkungen und Berechtigungskonzepte im IT-System sowie systemgestützte Verfahren zur Verarbeitung konzernrechnungslegungsbezogener Daten. Eine Aktualisierung dieser Maßnahmen erfolgt regelmäßig.

Die wesentlichen Rechnungslegungsprozesse der Beiersdorf AG und der meisten Tochtergesellschaften werden durch in- und externe Shared Service Center einheitlich - in Teilen mit Hilfe vollautomatisierter Prozesse - abgedeckt. Die rechnungslegungsbezogene Berichterstattung der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochtergesellschaften sowie die Konsolidierung erfolgen weitgehend mit Hilfe standardisierter IT-Systeme. Verfahrensanweisungen, standardisierte Meldeformate und IT-gestützte Berichts- und Konsolidierungsprozesse unterstützen die rechnungslegungsbezogene Berichterstattung.

Der Konzernabschluss basiert auf einer von der Beiersdorf AG vorgegebenen Bilanzierungsrichtlinie. Auf Basis einer kontinuierlichen Analyse von Änderungen im regulatorischen Umfeld hinsichtlich Relevanz und Auswirkungen erfolgt eine laufende Anpassung dieser Richtlinie.

Auch der Rechnungslegungsprozess sowie die Einhaltung der Kontrollanforderungen und der Bilanzierungsrichtlinie von den in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften werden regelmäßig überprüft und bei Bedarf angepasst.

Weiterhin gilt, dass auch angemessen und funktionsfähig eingerichtete Systeme keine absolute Sicherheit hinsichtlich der richtigen, vollständigen und zeitnahen Erfassung von Sachverhalten in der Rechnungslegung gewährleisten. Insbesondere persönliche Ermessensentscheidungen, fehlerbehaftete Kontrollen, kriminelle Handlungen oder sonstige Umstände können nicht vollständig ausgeschlossen werden. Im Falle ihres Auftretens können sie zur eingeschränkten Wirksamkeit und Verlässlichkeit des internen Kontrollsystems führen.

### **Angemessenheit und Wirksamkeit der internen Kontroll- und Risikomanagementsysteme<sup>1</sup>**

Neben den kontinuierlich und systematisch von der internen Revision zentral und dezentral geprüften rechnungslegungsbezogenen Prozessen, Risikofrüherkennungs- und -überwachungssystemen mit ihren entsprechenden Kontrollen verfügt Beiersdorf darüber hinaus in allen wesentlichen, für einen ordentlichen und gesetzeskonformen Betrieb erforderlichen Bereichen inkl. der bereichsübergreifenden Prozesse (z. B. in Forschung und Entwicklung, Produktion und Logistik, Qualitätsmanagement, aber ebenso in Marketing und Vertrieb, sowie speziell im integrierten, praktisch alle Unternehmensfunktionen einbeziehenden Innovationsprozess) über umfangreiche interne

<sup>1</sup> Dieser Abschnitt ist kein prüfungspflichtiger Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

Regelungen, Vorschriften und Prozesse, die regelmäßig kommuniziert, auf ihre Einhaltung hin überprüft, ggf. aktualisiert und kontinuierlich in Schulungen vermittelt werden. Auch für die Nachhaltigkeitsaspekte haben wir entsprechende Erfassungs- und Kontrollmechanismen entwickelt, deren Einhaltung auch regelmäßig von der Internen Revision geprüft wird. Für das Risikomanagement haben wir zudem im Jahr 2023 ein integriertes IT-System implementiert, welches Risiken in den Bereichen Finanzen, Compliance und Nachhaltigkeit zusammenführt. Mit der Überwachung und Kontrolle dieser Systeme befasst sich der Vorstand fortlaufend, auch in enger Abstimmung mit der internen Revision. Der Vorstand wird seinerseits durch den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats in Fragen der Angemessenheit und Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems und des internen Revisionssystems regelmäßig beraten und überwacht. Hieraus hat sich zuletzt kein wesentlicher Anpassungs- oder Verbesserungsbedarf hinsichtlich dieser Systeme ergeben. Beiersdorf hat daher keinen Grund anzunehmen, dass in den relevanten Unternehmensbereichen und Themengebieten keine angemessenen oder nicht wirksamen internen Kontroll- und Risikomanagementsysteme vorlägen.

## Unabhängige Überwachung

Die Aufsichtsgremien und die interne Revision sind mit prozessunabhängigen Prüfungstätigkeiten in das interne Kontrollsystem des Beiersdorf Konzerns eingebunden. Die interne Revision beurteilt systematisch die Integrität der Finanzbuchhaltung, die Effektivität des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems und des Risiko- und Chancenmanagementsystems sowie die Einhaltung der Compliance-Regeln. Als prozessunabhängige Instanz prüft sie risikoorientiert die Geschäftsprozesse, die installierten Systeme, die implementierten Kontrollen und die finanzielle Abbildung der Geschäftsvorgänge. Die Erkenntnisse aus den Prüfungen werden für eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Geschäftssteuerung sowie der präventiven und detektiven Kontrollen genutzt. Im Geschäftsjahr 2022 wurde ein standardisiertes Monitoring-System eingeführt, das die globale Überwachung der Durchführung der Kontrollen zunächst in den Kerngeschäftsprozessen Order-to-Cash sowie Purchase-to-Pay ermöglicht. Der Einsatz des Systems wurde 2023 weiter verfeinert und ausgebaut.

Des Weiteren beurteilten die Konzernabschlussprüfer\*innen gemäß § 317 Abs. 4 HGB sowie § 91 Abs. 2 AktG die Funktionsfähigkeit des Risikofrüherkennungs- und -überwachungssystems. Die interne Revision sowie die Konzernabschlussprüfer\*innen berichten regelmäßig an die Aufsichtsgremien zu den Prüfungsergebnissen.

Der Prüfungsausschuss der Beiersdorf AG überwacht insbesondere den Rechnungslegungsprozess sowie die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems und des internen Revisionssystems. Dabei werden neben Standardberichten regelmäßig auch vertiefende Analysen zu einzelnen Grundsatz- und/oder aktuell relevanten Themen zur Information herangezogen.

## Prognosebericht

### Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenfaktoren

Mit der Eskalation im Nahen Osten hat sich ein zusätzlicher Unsicherheitsfaktor für die **Weltwirtschaft** manifestiert. Sofern sich der Konflikt nicht ausweitert und der Ölpreis nicht erheblich steigt, wird erwartet, dass die Auswirkungen auf Inflation und Wachstum begrenzt bleiben. Doch die langfristigen Auswirkungen der Geld- und Finanzpolitik werden die Wirtschaft und die Kapitalmärkte auch im Jahr 2024 weiterhin prägen. Obwohl die meisten großen Zentralbanken voraussichtlich ihre Zinserhöhungen bereits abgeschlossen haben, dürften die ersten Zinssenkungen wahrscheinlich erst im zweiten Halbjahr 2024 erfolgen. Das hohe Zinsniveau trägt dazu bei, die sehr hohe Inflation mittelfristig

in fast allen Weltregionen zu reduzieren. Der durch die Inflation verursachte Kaufkraftverlust wird zunehmend durch Lohnzuwächse ausgeglichen und sollte zur Belebung des Konsums beitragen. Insgesamt wird erwartet, dass das Wachstum in den Industrieländern weitgehend schwach bleiben wird, während das Wachstum in den Schwellenländern ein gemischtes Bild ergeben wird und daher differenziert betrachtet werden muss.

Die **europäische** Wirtschaft ist geprägt von den langjährigen Null- und Negativzinsen. Sich an das neue Zinsregime anzupassen, nimmt viel mehr Zeit in Anspruch als bei normalen Zinserhöhungen. Deshalb dürfte die wirtschaftliche Schwäche ungewöhnlich lange anhalten und sowohl 2024 als auch 2025 prägen. Im Frühjahr könnte die Rezession allmählich enden, jedoch ist ein üblicher Aufschwung, der normalerweise auf eine Rezession folgt, wahrscheinlich nicht zu erwarten. Die Europäische Zentralbank (EZB) dürfte aufgrund der zwar rückläufigen, aber weiterhin hohen Inflation voraussichtlich erst Ende 2024 eine Senkung ihrer Leitzinsen in Betracht ziehen. Hinzu kommt, dass nicht nur die EZB, sondern auch alle anderen westlichen Notenbanken die Zinsen deutlich erhöht haben, wodurch die Geldpolitik auch 2024 die Konjunktur bremsen wird. Die Konjunkturabschwächung der chinesischen Wirtschaft dämpft die Aussichten für das Wachstum im Euroraum durch den Export weiter. Vor diesem Hintergrund dürfte die gesamtwirtschaftliche Produktion im Verlauf des Jahres nur unterdurchschnittlich wachsen. Der Auslastungsgrad der Wirtschaft dürfte also abnehmen, was auf einen moderaten Anstieg der Arbeitslosenzahlen hindeutet. Außerdem können die kräftig steigenden Löhne eine weitere Belastung für die Unternehmen darstellen.

Auch für das Jahr 2024 zeichnet sich keine durchgreifende Erholung für die **deutsche** Wirtschaft ab. Die Wirtschaft muss sich erst an das neue Zinsumfeld gewöhnen, und dieser Prozess wird voraussichtlich länger dauern. Erst im Herbst 2024 wird mit der ersten Zinssenkung gerechnet. Darum erwarten die meisten Volkswirte für 2024 nur ein leichtes Plus der Wirtschaftsleistung. Die Inflationsrate dürfte in den ersten Monaten weiter abnehmen. Dies liegt daran, dass Unternehmen ihre erheblich gestiegenen Kosten für Vorprodukte, Energie und andere Rohstoffe inzwischen größtenteils an ihre Kund\*innen weitergegeben haben. Allerdings hat mit den kräftig steigenden Löhnen bereits der nächste Kostenschub eingesetzt, was dazu führen könnte, dass die Inflation in absehbarer Zeit deutlich höher ausfällt, als es von der EZB eigentlich angestrebt wird.

Die **USA** verzeichneten bis zuletzt ein robustes Wirtschaftswachstum, hauptsächlich aufgrund einer ungewöhnlich expansiven Fiskalpolitik. 2024 dürfte jedoch die dämpfende Wirkung der vorangegangenen massiven Leitzinsanhebungen spürbar werden. Die erhöhten Zinsen belasten Bauvorhaben, Investitionen und den schuldenfinanzierten Teil des Konsums. Die Corona-Ersparnisse sind wohl zum großen Teil aufgebraucht. Die Konsumausgaben werden damit langsamer steigen als die Einkommen, was zu einer milden Rezession im Sommerhalbjahr 2024 führen könnte. Trotz der mittelfristig wohl abnehmenden Wirtschaftsleistung wird die Federal Reserve System (kurz Fed) die Zinsen voraussichtlich nicht so schnell senken. Schließlich dürfte sie die hart errungenen Erfolge im Kampf gegen die Inflation nicht leichtfertig gefährden. Die erste Zinssenkung wird zu Beginn des dritten Quartals 2024 erwartet. Für das gesamte Jahr wird mit einem leichten US-Wachstum gerechnet.

Die Abwertung des Yen hat negative Auswirkung auf die Kaufkraft der **japanischen** Bevölkerung, was voraussichtlich das Wirtschaftswachstum 2024 bremsen wird. Eine Wiederaufwertung des Yen ist erst zu erwarten, wenn die Notenbanken in den USA und in der Eurozone die Zinsen wieder senken oder die japanische Zentralbank diese erhöht. Nach Einschätzung von Marktkennern ist Letzteres, wenn überhaupt, frühestens im ersten Quartal 2024 zu erwarten. Selbst in diesem Fall wird der Handlungsspielraum der japanischen Zentralbank durch die hohe Staatsverschuldung eingeschränkt sein.

Auch die **Wachstumsmärkte** bewegen sich ökonomisch im Rahmen der schwächelnden Weltwirtschaft. Gleichzeitig bieten sich Chancen, sich gut für die Zukunft zu positionieren und die

Wirtschaft neu auszurichten. Die **chinesische** Wirtschaft dürfte 2024 unter Spätfolgen einer Politik leiden, die unter anderem zu einer deutlichen Krise im Immobiliensektor geführt hat. Diese könnten mehrere Jahre lang negative Auswirkungen auf die chinesische Wirtschaft haben. Ein weiterer Faktor für das geringe Wachstum ist der Vertrauensverlust in die staatliche Wirtschaftspolitik, der aufgrund der Corona-Politik und insbesondere des Vorgehens gegen den Technologiesektor eingetreten ist. Die politischen Spannungen zwischen China und den USA, die die Lieferungen von Hightech begrenzen, verschärfen die Situation zusätzlich. Obwohl kurzfristiges Wachstum in China von weiteren politischen Impulsen profitieren könnte, wird die mehrjährige Konjunkturabschwächung in China voraussichtlich weiter anhalten. Die **russische** Regierung setzt auf verschiedene Weisen darauf, die Wirtschaft durch Steuern und Abgaben zu belasten. Jedoch besteht die Gefahr, dass diese Maßnahmen zur Einnahmenerhöhung gleichzeitig das Wirtschaftswachstum bremsen. Auch die schwierige Lage am Arbeitsmarkt drosselt das Wachstumspotenzial. Das Budget für 2024, welches einen großen Anteil für "nationale Verteidigung" vorsieht, ist ein weiteres Indiz dafür, dass Russland den Angriffskrieg gegen die Ukraine fortsetzt. Nach dem überraschend positiven Jahr 2023 blickt die **brasilianische** Wirtschaft optimistisch auf das Jahr 2024. Die sinkenden Zinsen sollen Investitionen ankurbeln, doch es bestehen Risiken aufgrund der hohen Staatsausgaben. Die Zinssenkungen werden voraussichtlich Investitionen und den Konsum anregen. Besonders vor dem Hintergrund des angelaufenen Umbaus des chinesischen Wirtschaftsmodells haben die **südostasiatischen Schwellenländer** nun die Chance, sich als neue Produktionsbasis für die Welt zu positionieren. Für die **indische** Volkswirtschaft wird 2024 mit einem ähnlich hohen Wachstum wie im Vorjahr gerechnet. Getragen wird das im internationalen Vergleich herausragende Tempo von der Inlandsnachfrage. Der **Nahe Osten** wird voraussichtlich im Jahr 2024 von den Auswirkungen der globalen Konjunkturabschwächung verschont bleiben. Kürzungen der Ölförderquoten durch die OPEC+, ein vergleichsweise robustes Wachstum in den wichtigsten Märkten Asiens sowie Strategien zur Diversifizierung von Handel und Investitionen dürften das regionale Wachstum unterstützen. Jedoch nehmen die geopolitischen Risiken in der Region zu, und der anhaltende Konflikt zeigt keine Anzeichen einer Entspannung.

## Beschaffungsmarktentwicklung

Im Jahr 2024 erwarten wir eine weitere Korrektur auf wichtigen Roh- und Packstoffmärkten, die durch Kapazitätsausweitungen begründet sind. Allerdings bleibt der Inflationsdruck für Produktionskosten hoch, unter anderem beeinflusst durch Energie-, Arbeits- und erhöhte Finanzierungskosten. Ein wichtiger Unsicherheitsfaktor ist die anhaltend kritische makroökonomische Lage, die nicht zuletzt durch den Konflikt im Nahen Osten Auswirkungen auf die wichtigen Rohstoffmärkte mit sich bringt.

## Absatzmarktentwicklung

Nach einem Jahr mit starken Marktwachstum erwarten wir im Unternehmensbereich Consumer für 2024 weiterhin eine positive Entwicklung, jedoch auf einem deutlich niedrigeren Niveau als im Vorjahr. Das Umfeld bleibt angesichts wirtschaftlicher und größerer politischer Volatilität unsicher. Mit weiterhin hohen Rohstoffpreisen, die zwar rückläufigen, aber weiterhin hohen Inflationsraten und die knappen Budgets der Verbraucher\*innen steht der Markt vor ständigen Herausforderungen. Die Erwartung eines inflationären Umfelds mit zunehmendem Risiko einer globalen Rezession hält an. Zudem sind Preiserhöhungen zur Kompensation von gestiegenen Produktkosten nicht in gleichem Maße wie 2023 zu erwarten, so dass für 2024 ein moderateres Wachstum erwartet wird, getrieben vor allem durch weiterhin starke Nachfrage in den Hautpflegekategorien und in den Wachstumsmärkten sowie Nordamerika.

Für tesa erwarten wir 2024 eine anhaltend volatile Geschäftsentwicklung. Vorsichtig planend gehen wir in Europa und Nordamerika für 2024 gegenüber dem Vorjahr von weniger positiven Impulsen für unser Geschäft aus. In Asien rechnen wir mit einem moderaten Wachstum, dabei wird insbesondere Südostasien immer wichtiger als Wachstumsmarkt. China bleibt weiterhin ein zentral wichtiger Markt. Stark beeinflusst werden die Entwicklungen durch das Konsumklima sowie die zwar rückläufige, aber

weiterhin hohe Inflation in Europa, die Entwicklung des globalen Automobilmarkts und die eher zurückhaltenden Erwartungen in der Elektronikindustrie.

## Unsere Chancen im Markt

Trotz einer weiterhin angespannten globalen geopolitischen Situation zeichnet sich nach einer sehr hohen Inflation im Jahr 2023 eine Abschwächung des Inflationsdrucks für das Jahr 2024 ab. Haupttreiber dieser Entspannung sollten gesunkene Rohstoff- und Logistikpreise sein, während Lohnkosten weiterhin steigen werden. Insgesamt wird daher für 2024 eine Erholung der Weltwirtschaft erwartet. Wir sehen uns im Unternehmensbereich Consumer gut positioniert und erwarten, dass wir mit unserem großen Anteil an Produkten des täglichen Bedarfs über dem Markt wachsen werden. Die Wachstumstreiber bleiben hierbei der Fokus auf Hautpflegeprodukte, starke Innovationen sowie die Umsetzung unserer Nachhaltigkeits- und Digitalstrategie.

Basierend auf einer soliden Finanzstruktur und einer starken Ertragsposition in Verbindung mit unseren engagierten Mitarbeitenden werden wir mit unserem international erfolgreichen Markenportfolio auch zukünftig die Chancen nutzen, die sich uns bieten. Umfangreiche Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten für erfolgreiche, an den Wünschen der Verbraucher\*innen orientierte Innovationen werden durch gezielte Marketingmaßnahmen gestützt und schaffen nachhaltiges Vertrauen bei unseren Verbraucher\*innen.

Die Wachstumserwartung von tesa für das kommende Jahr liegt leicht über der Weltmarktentwicklung. Dies gilt sowohl für das Geschäft mit Endkonsument\*innen als auch Industriekunden\*innen. Die enge Zusammenarbeit mit der Elektronikindustrie im asiatischen Raum ist weiterhin konstruktiv, allerdings stellt der Projektcharakter der Zusammenarbeit wie bisher ein hohes Schwankungsrisiko dar. Durch fortlaufende Investitionen in die Produkt- und Technologieentwicklung und den Ausbau eines innovativen Produktportfolios erwartet tesa eine Stärkung der Marktposition.

## Geschäftsentwicklung

Die dargestellten Herausforderungen in weiten Teilen der Welt beeinträchtigen unsere Prognosefähigkeit für die Absatzmärkte und unsere Geschäftsentwicklung.

Unabhängig vom Wachstum des Hautpflegemarkts werden wir weiterhin ein über dem Markt liegendes Wachstum erzielen. Wir erwarten, dass sich der globale Hautpflegemarkt 2024 weiter verbessert. Mit dieser Annahme gehen wir für das **Consumer** Geschäft von einem organischen Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird im Unternehmensbereich Consumer 50 Basispunkte über dem Vorjahresniveau erwartet.

Mit der gleichen Unsicherheit in Bezug auf die Marktentwicklung 2024 erwarten wir für das Geschäft mit **tesa** ebenfalls ein über dem Markt liegendes Umsatzwachstum. Unter dieser Annahme wird das organische Umsatzwachstum im unteren bis mittleren einstelligen Bereich liegen. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird auf dem Niveau des Vorjahres liegen.

Auf Basis der Prognose der beiden Unternehmensbereiche gehen wir für den **Konzern** von einem organischen Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte erwarten wir für den Konzern leicht über Vorjahresniveau.

Hamburg, 7. Februar 2024

Beiersdorf AG

Der Vorstand

## Weitere Angaben

### Erklärung zur Unternehmensführung

Die zusammengefasste Erklärung zur Unternehmensführung der Beiersdorf AG und des Konzerns (§§ 289f, 315d Handelsgesetzbuch, HGB) beinhaltet die Entsprechenserklärung (§ 161 Aktiengesetz, AktG), Angaben zu wesentlichen Unternehmensführungspraktiken und zur Arbeitsweise und Zusammensetzung von Aufsichtsrat und Vorstand, einschließlich Angaben zur Corporate Governance des Unternehmens, zum Diversitätskonzept für den Aufsichtsrat und Vorstand und zu den gesetzlichen Vorgaben für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen. Die Prüfung der Erklärung zur Unternehmensführung durch den Abschlussprüfer (§§ 289f Absatz 2 und 5, 315d HGB) ist darauf zu beschränken, ob die Angaben gemacht wurden (§ 317 Absatz 2 Satz 6 HGB).

### Entsprechenserklärung

Im Dezember 2023 haben Vorstand und Aufsichtsrat die Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der geltenden Fassung vom 28. April 2022 (Kodex) gemäß § 161 Aktiengesetz (AktG) abgegeben. Beiersdorf erfüllt demnach mit wenigen Ausnahmen alle Empfehlungen sowie darüber hinaus alle Anregungen des Kodex. Es gibt keine Empfehlungen des Kodex, die aufgrund vorrangiger gesetzlicher Bestimmungen für Beiersdorf nicht anwendbar sind. Der Abschlussprüfer hat den Aufsichtsrat zeitnah zu informieren und im Prüfungsbericht zu vermerken, wenn er bei Durchführung der Abschlussprüfung Tatsachen feststellt, die eine Unrichtigkeit der von Vorstand und Aufsichtsrat abgegebenen Entsprechenserklärung ergeben. Die Entsprechenserklärung 2023 wurde auch auf der Internetseite der Gesellschaft unter [www.beiersdorf.de/entsprechenserklaerung](http://www.beiersdorf.de/entsprechenserklaerung) dauerhaft öffentlich zugänglich gemacht.

### Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der Beiersdorf Aktiengesellschaft zu den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ gemäß § 161 AktG

Die Beiersdorf Aktiengesellschaft entsprach im Geschäftsjahr 2023 und entspricht sämtlichen Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der geltenden Fassung vom 28. April 2022 mit folgenden Ausnahmen:

#### Empfehlung G.10

Gemäß der Empfehlung G.10 sollen die dem Vorstandsmitglied gewährten variablen Vergütungsbeträge von ihm unter Berücksichtigung der jeweiligen Steuerbelastung überwiegend in Aktien der Gesellschaft angelegt oder entsprechend aktienbasiert gewährt werden. Über die langfristig variablen Gewährungsbeträge soll das Vorstandsmitglied erst nach vier Jahren verfügen können.

Die variable Vergütung des Vorstands, bestehend aus einem jährlichen variablen Bonus einerseits und einer langfristigen Unternehmenswertbeteiligung andererseits, wird nicht in Aktien oder entsprechend aktienbasiert angelegt, sondern nach Ablauf der maßgeblichen Bonusperiode ausschließlich bar ausbezahlt. Der Aufsichtsrat ist insoweit der Auffassung, dass das Vergütungssystem und die der variablen Vergütung zugrundeliegenden finanziellen und nichtfinanziellen Leistungskriterien auch ohne eine aktienbasierte Komponente ausreichende Anreize für eine nachhaltige und wertorientierte

Unternehmensentwicklung unter angemessener Berücksichtigung der Belange der Kund\*innen, Mitarbeitenden, Geschäftspartner\*innen, Aktionär\*innen und weiterer Stakeholder setzt. Zugleich wird der Vorstand durch das Vergütungssystem incentiviert, die in der Unternehmensstrategie festgelegten Ziele zu verfolgen und zu erreichen.

Darüber hinaus können Vorstandsmitglieder über die langfristig variablen Gewährungsbeträge grundsätzlich erst nach vier Jahren verfügen. Die langfristige variable Vergütung war nach dem bis 2021 geltenden Vergütungssystem an die Bestellsdauer der Vorstandsmitglieder geknüpft; unter dem seit 2021 geltenden Vergütungssystem gilt zunächst eine festgelegte Bonusperiode bis Ende 2024. Bereits ausgeschiedene Vorstandsmitglieder, deren langfristige variable Vergütung zum Ende des Geschäftsjahres abgerechnet wird, können daher über einzelne Beträge der langfristigen variablen Vergütung bereits vor Ablauf von vier Jahren verfügen, soweit diese im Laufe ihrer Bestellungsperiode in den letzten drei Jahren vor Ablauf der jeweiligen Bonusperiode zugewiesen wurden.

Hamburg, im Dezember 2023

Für den Aufsichtsrat



**Prof. Dr. Reinhard Pöllath**

Vorsitzender des Aufsichtsrats

Für den Vorstand



**Vincent Warnery**

Vorsitzender des Vorstands



**Astrid Hermann**

Mitglied des Vorstands

## Unternehmensführungspraktiken

Die Beiersdorf AG und der Konzern (Unternehmensbereiche Consumer und tesa) verfolgen folgende wesentliche Unternehmensführungspraktiken:

### Corporate Governance

Gute und verantwortungsbewusste Unternehmensleitung und -überwachung (Corporate Governance) haben für Beiersdorf seit jeher eine hohe Bedeutung und sorgen für eine nachhaltige Wertschöpfung. Erfolgsgrundlage dafür sind enge und effiziente Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat, Achtung der Interessen der Aktionär\*innen, der Belegschaft und der sonstigen dem Unternehmen verbundenen Gruppen (Stakeholder\*innen), offene Unternehmenskommunikation, ordnungsgemäße Rechnungslegung und Abschlussprüfung, Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen und unternehmensinterner Richtlinien sowie verantwortungsbewusster Umgang mit Risiken. Dabei ist sich Beiersdorf auch seiner gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und stellt insbesondere sicher, dass Sozial- und Umweltfaktoren sowohl in der Unternehmensstrategie und der Nachhaltigkeitsagenda als auch bei operativen Entscheidungen berücksichtigt werden.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex (Kodex) sorgt für Transparenz im Hinblick auf die gesetzlichen Rahmenbedingungen für Unternehmensleitung und -kontrolle und enthält anerkannte Standards guter, verantwortungsvoller und nachhaltiger Unternehmensführung. Der Kodex und seine Anpassungen erforderten keine grundlegenden Änderungen bei Beiersdorf. Wir verstehen Corporate Governance als fortlaufenden Prozess und entwickeln unser Verständnis hiervon stetig und sorgfältig weiter, auch außerhalb des Kodex. Dabei werden Hinweise, Anregungen und Kritik von Investor\*innen und Stimmrechtsberater\*innen berücksichtigt, soweit angemessen auch unter Anpassung der Corporate Governance und der Berichterstattung hierüber in dieser Erklärung zur Unternehmensführung.

### Compliance

Die Einhaltung der Gesetze und internen Richtlinien (Compliance) ist für die Beiersdorf AG und den Beiersdorf Konzern (einschließlich tesa) eine unverzichtbare Grundlage erfolgreichen und nachhaltigen Wirtschaftens. Die Vorstände der Beiersdorf AG und der tesa SE haben Compliance Leitlinien erlassen, die u. a. unter [www.beiersdorf.de/Compliance\\_Leitlinien](http://www.beiersdorf.de/Compliance_Leitlinien) sowie unter [www.tesa.com/de-de/ueber-uns/sustainability](http://www.tesa.com/de-de/ueber-uns/sustainability) zu finden sind. Basierend auf unseren Compliance Risikoanalysen wurden zur Sicherstellung von Compliance u. a. umfangreiche Kartellrechts-, Antikorruptions-, Datenschutz- und Kapitalmarktrechts-Compliance-Programme implementiert. Zahlreiche interne Richtlinien und Prozesse wurden zur Prävention von Rechtsverstößen speziell in diesen Schwerpunktbereichen erlassen. Angestellte und Führungskräfte werden für die genannten Themen durch regelmäßige Schulungen und vielfältige Beratungsangebote kontinuierlich sensibilisiert und entsprechend betreut.

Hinweisen auf potenzielle Compliance Verstöße wird konsequent nachgegangen. Zur Abstellung und Sanktionierung von Fehlverhalten werden geeignete und angemessene Maßnahmen unter Beachtung des Verhältnismäßigkeitsgrundsatzes ergriffen. Um Kenntnis von möglichen Compliance-Verstößen zu erlangen, stehen der Belegschaft von Beiersdorf und tesa verschiedene Meldewege offen, unter anderem in den meisten Ländern auch eine von einer unabhängigen Organisation betriebene Hinweisgeberplattform. Die Compliance-Funktionen bei Beiersdorf und tesa unterstützen Vorstand und Führungskräfte durch eine Vielzahl von Instrumenten bei der kontinuierlichen Steuerung, Überwachung und Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems und der Sicherstellung der allgemeinen Compliance - nicht zuletzt auch durch ein konzernweites Berichtswesen.

Weiterführende und detailliertere Informationen zum Compliance-Management-System finden Sie in diesem Geschäftsbericht im Abschnitt „Nichtfinanzielle Erklärung“ des Beiersdorf Konzerns (Unternehmensbereiche Consumer und tesa) und der Beiersdorf AG gemäß §§ 289b Absatz 3 HGB i.V.m. 315b Absatz 1 und 3 HGB (CSR-Bericht).

## Code of Conduct

Der Erfolg der Beiersdorf AG und des Beiersdorf Konzerns (einschließlich tesa) basiert auf dem Vertrauen von Konsument\*innen, Kund\*innen, Investor\*innen und Mitarbeitenden. Deswegen werden hohe Maßstäbe in Sachen Verantwortung gesetzt – sowohl für das Unternehmen als auch für alle Einzelnen. Die Verhaltenskodizes (Code of Conduct) von Beiersdorf und tesa halten diese Maßstäbe verbindlich fest und sind weltweit anzuwenden. Sie sollen allen Angestellten helfen, die zentralen Unternehmensgrundsätze und die Werte unseres Unternehmens im Arbeitsalltag umzusetzen, und zeigen, wie sie mit möglichen Fragen oder schwierigen Situationen umgehen, die das Verhalten im geschäftlichen Umfeld oder den Umgang miteinander betreffen.

Der Code of Conduct steht jeweils unter [www.beiersdorf.de/code\\_of\\_conduct](http://www.beiersdorf.de/code_of_conduct) bzw. [www.tesa.com/de-de/ueber-uns/nachhaltigkeit/unsere-leitlinien-und-standards](http://www.tesa.com/de-de/ueber-uns/nachhaltigkeit/unsere-leitlinien-und-standards) im Internet zur Verfügung.

## Nachhaltigkeit

Nachhaltige Unternehmensführung bedeutet, soziale und umweltbezogene Risiken zu minimieren und Marktchancen wahrzunehmen, so dass eine Wertschöpfung für das Unternehmen entsteht, die negative Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft vermeidet. Beiersdorf hat schon früh erkannt, wie bedeutsam es ist, verantwortungsvoll zu handeln, und den Bereich Nachhaltigkeit stetig ausgebaut.

Nachhaltigkeit ist heute ein zentraler Bestandteil der Beiersdorf Unternehmensstrategie C.A.R.E.+ . Im Rahmen der Strategie verfolgt der Unternehmensbereich Consumer seit 2020 die Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN. Sie orientiert sich an den „Zielen zur nachhaltigen Entwicklung der Vereinten Nationen“ (Sustainable Development Goals, SDGs) und umfasst sieben Fokusfelder, die den Einfluss unserer Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette abbilden. In allen Bereichen haben wir uns ambitionierte Ziele bis 2025 bzw. 2030 gesteckt.

Auch bei tesa ist Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie verankert. Den Rahmen bilden fünf strategische Handlungsfelder, für die tesa langfristige Ziele bis 2030 definiert hat. Die Felder decken die gesamte Wertschöpfungskette des Unternehmensbereichs ab und lauten: Verringerung der Emissionen, verantwortungsvolle Beschaffung, Verwendung von recycelten und biobasierten Materialien, Kreislaufwirtschaft und Abfallvermeidung sowie Kund\*innen bei ihren Nachhaltigkeitszielen unterstützen.

Die Unternehmensbereiche tesa und Consumer haben sich bereits 2020 zu einem gemeinsamen Klimaziel verpflichtet. Dieses steht im Einklang mit wissenschaftlich ermittelten Reduktionszielen zur Begrenzung der Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius und wurde von der „Science Based Targets Initiative“ bestätigt.

Seit Inkrafttreten des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) sind wir verpflichtet, unsere bestehende Finanzberichterstattung um Angaben zu wesentlichen nichtfinanziellen Aspekten unserer Geschäftstätigkeit in den Bereichen Umwelt-, Arbeitnehmer\*innen- und Sozialbelange, Achtung der Menschenrechte und Korruptionsbekämpfung zu ergänzen. Diese Angaben finden Sie in der zusammengefassten Nichtfinanziellen Erklärung des Beiersdorf Konzerns (Unternehmensbereiche Consumer und tesa) und der Beiersdorf AG gemäß §§ 289b Absatz 3 HGB i.V.m. 315b Absatz 1 und 3 HGB (CSR-Bericht) in diesem Geschäftsbericht.

## Personalpolitische Ausrichtung

Der Erfolg von Beiersdorf hängt im erheblichen Maße vom Einsatz, Können und Engagement seiner Beschäftigten ab. Weltweit tragen über 20.000 Menschen täglich zu diesem Erfolg bei, indem sie ihr fachliches Know-how, ihr Engagement und ihre Ideen in die jeweiligen Tätigkeitsfelder einbringen und damit wichtige Impulse für Verbesserungen und Innovationen geben.

Die Grundlage für eine langfristig tragfähige und starke Personalarbeit von Beiersdorf findet sich sowohl in der Strategie C.A.R.E.+ , in der Mitarbeitende als entscheidender Faktor für den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens hervorgehoben werden, als auch in unseren Kernwerten. Beiersdorf orientiert sich bei allen personalpolitischen Entscheidungen an den „Core Values“, die alle Mitarbeitenden über alle Hierarchien, Funktionen und Länder hinweg verbinden.

Beiersdorf setzt den Schwerpunkt dabei auf die Förderung eines Arbeitsumfelds, in dem jede Person entsprechend ihrer Fähigkeiten und Potenziale optimal eingesetzt wird und sich stetig weiterentwickeln kann. Führungskräfte bei Beiersdorf sollen ihre Mitarbeitenden zu Höchstleistungen motivieren. Aus diesem Grund ist es entscheidend, exzellente Führungskompetenzen im Management zu verankern. Das fördert das Engagement der Mitarbeitenden und hilft, Beiersdorf als einen der attraktivsten Arbeitgeber der Konsumgüterindustrie zu etablieren.

tesa ist spezialisiert auf Klebetechnologie und bietet seinen Kund\*innen innovative Lösungen sowie ausgezeichneten Service. Der Erfolg des Unternehmens beruht ganz wesentlich auf den Fähigkeiten unserer Belegschaft und ihrer Bereitschaft, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Qualifizierte Mitarbeitende, die aktiv dazu beitragen, unsere Stellung als eines der führenden Unternehmen für Klebetechnologie weiter auszubauen, sind der Schlüssel, um unsere Unternehmensstrategie erfolgreich umzusetzen. Unsere Personalstrategie ist daher darauf ausgerichtet, gut ausgebildete, engagierte Personen für unser Unternehmen zu gewinnen und zu halten sowie unsere hohe Attraktivität als Arbeitgeber durch entsprechende Maßnahmen kontinuierlich zu erhöhen. Darüber hinaus ist es erklärtes Ziel von tesa, eine Unternehmenskultur zu fördern, die Leistung, Teamwork, funktionsübergreifende Zusammenarbeit und Internationalisierung stärkt.

Ausführlichere Informationen hierzu finden Sie in diesem Geschäftsbericht unter „Menschen bei Beiersdorf“.

## Risikomanagement

Das Risikomanagement der Beiersdorf AG und des Beiersdorf Konzerns ist ein integraler Bestandteil der zentralen und dezentralen Planungs-, Steuerungs- und Kontrollprozesse und folgt konzerneinheitlichen Standards. Eine offene Kommunikation, die periodisch vorgenommene Risikoinventur sowie das Planungs- und Steuerungssystem schaffen Transparenz über unsere Risikosituation.

Näheres hierzu finden Sie im Abschnitt „Risikobericht“ dieses Geschäftsberichts bzw. im Bericht über die Geschäftsentwicklung der tesa SE.

## Organe der Gesellschaft

Die Beiersdorf AG unterliegt unter anderem dem deutschen Aktien-, Kapitalmarkt- und Mitbestimmungsrecht sowie ihrer Satzung. Mit Vorstand und Aufsichtsrat hat die Gesellschaft die in Deutschland übliche dualistische Leitungs- und Überwachungsstruktur. Die Hauptversammlung der Aktionär\*innen ist für grundlegende Entscheidungen des Unternehmens zuständig. Gemeinsam sind diese drei Organe gleichermaßen dem Wohl des Unternehmens und den Interessen aller Aktionär\*innen verpflichtet.

### 1. Aufsichtsrat: Zusammensetzung und Arbeitsweise

Der Aufsichtsrat der Beiersdorf AG besteht aus zwölf Mitgliedern. Je die Hälfte wird durch die Hauptversammlung nach dem Aktiengesetz und durch die Arbeitnehmer\*innen nach dem Mitbestimmungsgesetz für jeweils maximal fünf Jahre gewählt. Die letzte turnusmäßige Wahl erfolgte im Geschäftsjahr 2019. Die reguläre Amtszeit aller derzeitigen Aufsichtsratsmitglieder endet mit Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2023 beschließt. Ab der

Neuwahl der Aufsichtsratsmitglieder der Anteilseigner\*innen durch die Hauptversammlung in 2024 soll deren reguläre Amtszeit auf vier Jahre verkürzt werden; wie bereits in der Vergangenheit, werden die Wahlen durch die Hauptversammlung als Einzelwahlen durchgeführt. Derzeit gehört dem Aufsichtsrat kein ehemaliges Vorstandsmitglied der Beiersdorf AG an.

Der Aufsichtsrat bestellt, berät und überwacht den Vorstand nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung bei der Leitung des Unternehmens, einschließlich Nachhaltigkeit. Aufsichtsrat und Vorstand arbeiten zum Wohle der Gesellschaft und zur nachhaltigen Wertschöpfung eng zusammen. Bestimmte Entscheidungen von grundlegender Bedeutung bedürfen gemäß der Geschäftsordnung für den Vorstand der Zustimmung des Aufsichtsrats. Die Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat ist auf der Internetseite des Unternehmens unter [www.beiersdorf.de/Geschaeftsordnung\\_Aufsichtsrat](http://www.beiersdorf.de/Geschaeftsordnung_Aufsichtsrat) zugänglich.

Der Aufsichtsrat beschließt regelmäßig in Sitzungen aufgrund ausführlicher Unterlagen. Die Aufsichtsratsmitglieder können an den Sitzungen auch per Telefon- oder Videokonferenz teilnehmen. Der Aufsichtsrat tagt regelmäßig auch ohne den Vorstand, sowohl zu Vorstands- und Aufsichtsratsangelegenheiten als auch zur Strategie, zur Planung und zur Geschäftsentwicklung und grundsätzlich auch dann, wenn der Abschlussprüfer zur Prüfung der Abschlüsse vorträgt. Sitzungen werden regelmäßig vorbesprochen, auch getrennt von Arbeitnehmer\*innen- und Anteilseigner\*innenseite. Der Aufsichtsrat wird regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle relevanten Themen informiert. Darüber hinaus unterrichtet der Vorsitzende des Vorstands den Vorsitzenden des Aufsichtsrats regelmäßig und zeitnah, auch zwischen den Sitzungen, über wichtige Geschäftsvorfälle und stimmt mit ihm wesentliche Entscheidungen ab. Die Geschäftsordnung regelt die Sicherstellung einer anspruchsvollen Informationsversorgung durch den Vorstand. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats koordiniert die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Aufsichtsrats nach außen wahr. Er führt in angemessenem Rahmen mit Investor\*innen Gespräche über aufsichtsratsbezogene Themen.

Der Aufsichtsrat evaluiert regelmäßig, wie wirksam er und seine Ausschüsse ihre Aufgaben erfüllen, teilweise auch mit Unterstützung einer externen Beratung, und beschließt Verbesserungsmaßnahmen (Effizienzprüfung bzw. Selbstbeurteilung). Im Jahr 2023 hat der Aufsichtsrat erneut mit Unterstützung einer externen Beratung eine Selbstbeurteilung durchgeführt. Dabei wurde zunächst die Arbeit im Plenum und in den Ausschüssen sowie die Zusammenarbeit zwischen Aufsichtsrat und Vorstand in Form von Fragebogen und Interviews analysiert, auch im Vergleich mit anderen Unternehmen. Die Ergebnisse dieser Analysen und weitere Erörterungen waren Gegenstand von weiteren Zwischenbesprechungen und Aufsichtsratssitzungen. Intensiv diskutiert wurden dabei verschiedene Schwerpunktthemen, insbesondere: Vorbereitung und Durchführung von Aufsichtsrats- bzw. Ausschusssitzungen; strategischer Dialog zwischen Vorstand und Aufsichtsrat; Zusammensetzung, Kompetenzprofil und Teamentwicklung des Aufsichtsrats, inklusive Zugehörigkeitsdauer (Kontinuität vs. Veränderungen); Vergütungssystem. Zur Verwirklichung der identifizierten Anliegen wurden konkrete Maßnahmen diskutiert; dazu zählen unter anderem die Optimierung der Vorbesprechungen der Sitzungen des Aufsichtsrats, die zeitliche Planung des Sitzungsablaufs, die Weiterentwicklung des Informationsflusses an den Aufsichtsrat, mit zusätzlichen Austauschformaten wie Strategie-Workshops und regelmäßigen vertiefenden Diskussionsrunden („Deep Dives“), sowie die Weiterentwicklung des Kompetenzprofils und der Nachfolgeplanung.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats achten darauf, dass ihnen für die Wahrnehmung ihrer Aufgaben genügend Zeit zur Verfügung steht, und nehmen die erforderliche Aus- und Fortbildung eigenverantwortlich wahr; dafür entstehende Kosten werden in angemessenem Umfang von der Gesellschaft getragen. Die Gesellschaft unterstützt sie dabei, z. B. durch interne Fortbildungen zu aufsichtsratsrelevanten Themen und Informationen über Gesetzesänderungen und Entwicklungen. Im Geschäftsjahr 2023 wurden Schulungen zu den Themen Nachhaltigkeit sowie Diversität und Inklusion durchgeführt. Neue Mitglieder des Aufsichtsrats werden eingehend durch Onboarding-Gespräche und

Informationsmaterialien eingearbeitet, insbesondere zu den Themen Beiersdorf Geschichte, Unternehmensprofil und Organisation (einschließlich Marken, Forschung & Entwicklung), Unternehmensstrategie (einschließlich Nachhaltigkeit), Unternehmensentwicklung und Finanzberichterstattung, Corporate Governance sowie Rechte und Pflichten von Aufsichtsratsmitgliedern; über Letztere werden die Mitglieder auch nach jeder Neuwahl des Aufsichtsrats aufgeklärt.

#### **a) Zielsetzung, Kompetenzprofil, Diversitätskonzept und Stand der Umsetzung**

Der Aufsichtsrat hat sich zuletzt im Dezember 2021 mit den konkreten unternehmensspezifischen Zielen und dem Kompetenzprofil für seine Zusammensetzung befasst. Diese Ziele berücksichtigen die internationale Tätigkeit des Unternehmens, potenzielle Interessenkonflikte, die Anzahl unabhängiger Aufsichtsratsmitglieder, eine Regelaltersgrenze und eine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer für Aufsichtsratsmitglieder sowie Diversität, insbesondere eine angemessene Beteiligung von Frauen. Nach seinem Kompetenzprofil hat der Aufsichtsrat insgesamt über die zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung der Aufgaben erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen zu verfügen. Die Ziele und das Kompetenzprofil sind Bestandteil des Diversitätskonzepts für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats; sie gelten bis Ende 2024 und werden - wie bisher - auch bei künftigen Wahlvorschlägen berücksichtigt. Der in 2024 neu zu wählende Aufsichtsrat wird sich erneut mit Zielsetzung, Kompetenzprofil und Diversitätskonzept befassen.

#### Internationalität

Jedes Mitglied des Aufsichtsrats muss der internationalen Ausrichtung der Gesellschaft offen gegenüberstehen. Zumindest vier Mitglieder sollen die internationale Ausrichtung konkret verkörpern und daher über besondere internationale Erfahrungen verfügen, z.B. aufgrund ihrer Tätigkeit im Ausland oder ihrer Herkunft. Jedenfalls drei Mitglieder auf Anteilseigner\*innenseite sollen internationale Erfahrung haben.

#### Geschlechtervielfalt

Der Aufsichtsrat strebt an, Anzahl und Stellung von Frauen im Aufsichtsrat weiter zu stärken und einen Anteil von zumindest vier Frauen zu halten. Zumindest zwei Frauen sollen Anteilseignervertreter\*innen sein. Als paritätisch mitbestimmte, börsennotierte Gesellschaft sind gemäß § 96 Absatz 2 AktG jeweils mindestens 30 % der Sitze mit Frauen beziehungsweise Männern zu besetzen.

#### Regelaltersgrenze und -zugehörigkeitsdauer

Nach seiner Geschäftsordnung soll die Mitgliedschaft im Aufsichtsrat regelmäßig mit der ordentlichen Hauptversammlung enden, die auf die Vollendung des 72. Lebensjahres folgt, und längstens 20 Jahre dauern. Ziel für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats ist es, dass unterschiedliche Altersgruppen im Aufsichtsrat angemessen repräsentiert sind. Die Dauer der Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat wird für jedes Mitglied auf der Internetseite des Unternehmens unter [www.beiersdorf.de/organe](http://www.beiersdorf.de/organe) offengelegt.

#### Unabhängigkeit

Dem Aufsichtsrat soll eine nach seiner Einschätzung angemessene Anzahl unabhängiger Mitglieder auf Anteilseigner\*innenseite angehören; sie soll die Eigentümer\*innenstruktur berücksichtigen. Ein Aufsichtsratsmitglied ist insbesondere dann nicht als unabhängig anzusehen, wenn es selbst oder ein nahes Familienmitglied in einer persönlichen oder geschäftlichen Beziehung zu der Gesellschaft, dem Vorstand, einem\*einer kontrollierenden Aktionär\*in oder einem mit diesem\*dieser verbundenen Unternehmen steht, die einen wesentlichen und nicht nur vorübergehenden Interessenkonflikt begründen kann. Darüber hinaus wird gemäß den Empfehlungen des Kodex bei der Beurteilung der Unabhängigkeit der Anteilseigner\*innenseite von der Gesellschaft und vom Vorstand insbesondere berücksichtigt, ob das Mitglied selbst oder ein nahes Familienmitglied in den zwei Jahren vor der Ernennung ein Vorstandsmitglied der Beiersdorf AG war, aktuell oder in dem Jahr bis zu seiner Ernennung direkt oder als Gesellschafter\*in oder in verantwortlicher Funktion eines konzernfremden Unternehmens eine wesentliche geschäftliche Beziehung mit der Gesellschaft oder einem von dieser

abhängigen Unternehmen unterhält oder unterhalten hat, ein naher Familienangehöriger eines Vorstandsmitglieds ist oder dem Aufsichtsrat seit mehr als 12 Jahren angehört.

Der Aufsichtsrat hält es angesichts der Abhängigkeit der Beiersdorf AG im Sinne des § 17 Absatz 1 AktG für angemessen, wenn mindestens drei seiner Mitglieder auf Anteilseigner\*innenseite unabhängig sind.

#### Potenzielle Interessenkonflikte

Jedes Aufsichtsratsmitglied hat Interessenkonflikte, insbesondere aufgrund einer Beratung oder Organfunktion bei Kund\*innen, Lieferfirmen, Kreditgebern oder Wettbewerbern der Gesellschaft, dem Aufsichtsrat über den Aufsichtsratsvorsitzenden offenzulegen. Bei wesentlichen und nicht nur vorübergehenden Interessenkonflikten hat das Mitglied sein Amt niederzulegen. Wesentliche Geschäfte von Aufsichtsratsmitgliedern sowie ihnen nahestehenden Personen mit dem Unternehmen bedürfen, sofern nicht ohnehin die Mitwirkung des Aufsichtsrats von Gesetzes wegen erforderlich ist, der Zustimmung des Aufsichtsrats und haben branchenüblichen Standards zu entsprechen.

#### Kompetenzprofil

Der Aufsichtsrat achtet darauf, dass seine Mitglieder insgesamt über die zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung seiner Aufgaben erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen verfügen. Ergänzend zu den konkreten Zielen für seine Zusammensetzung hat der Aufsichtsrat ein Kompetenzprofil mit besonderen fachlichen und persönlichen Kompetenzanforderungen erarbeitet. In fachlicher Hinsicht müssen die Mitglieder gemäß § 100 Absatz 5 AktG in ihrer Gesamtheit mit dem Sektor des Unternehmens vertraut sein; darüber hinaus soll mindestens jeweils ein Mitglied über Kenntnisse und Erfahrungen insbesondere auf den folgenden Gebieten verfügen:

- Geschäftsfeld- und Sektorvertrautheit (Konsumgüter; Beauty & Haut/Körperpflege, internationale Märkte, inkl. Emerging Markets)
- Marketing & Vertrieb (Markenentwicklung & -führung, Vertrieb & Handel, Kommunikation & Medien)
- F&E (Innovationsmanagement, Forschung und Entwicklung)
- Supply Chain (Lieferketten & Produktion)
- Personal & Organisation (Personalentwicklung & -führung, Unternehmensorganisation, Unternehmenskultur, Diversität)
- ESG (Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, Ethik)
- Recht & Governance (Recht, Compliance Revision, Aufsichtsrecht, Corporate Governance)
- Digitalisierung & IT (Digitalisierung, Datenmanagement, IT & IT Security)
- Finanzen (Finanzen & Controlling, Rechnungslegung, Risikomanagement)

Der Aufsichtsrat strebt an, dass diese fachlichen Kompetenzen unter seinen Mitgliedern möglichst ausgewogen vertreten sind und sich gegenseitig ergänzen. Unabhängig davon soll jedes Aufsichtsratsmitglied die zur Erfüllung seiner Aufgaben nötigen allgemeinen und persönlichen Anforderungen an Bildung, internationale berufliche Ausrichtung, internationale Diversität, Seniorität, Zuverlässigkeit, Sorgfalt und zeitliche Verfügbarkeit im erforderlichen und angemessenen Umfang erfüllen.

#### Diversity-Beauftragte

Zur Weiterentwicklung und Förderung der Ziele und von Diversität im Aufsichtsrat sind zwei Diversity-Beauftragte aus dem Aufsichtsrat benannt, Frédéric Pflanz und Prof. Manuela Rousseau. Sie sollen den Aufsichtsrat bei jeder beabsichtigten Wahl eines Aufsichtsratsmitglieds der Anteilseigner\*innen oder

eines Ausschussmitglieds unterstützen und gemeinsam mit dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats nach Konsultation der übrigen Aufsichtsratsmitglieder eine Stellungnahme zu den Wahlvorschlägen des zuständigen Nominierungsausschusses abgeben. Sie begleiten auch sonst die Personalarbeit im Unternehmen zu dessen Diversität, auch mit dem Personalausschuss.

#### Stand der Umsetzung der Ziele und des Kompetenzprofils

Neben der ausgewogenen fachlichen Qualifikation des Gesamtaufwichtsrats ist Vielfalt ein wichtiges Kriterium für die Auswahl der Aufsichtsrats- und der Ausschussmitglieder im Unternehmensinteresse. Derzeit gehören dem Aufsichtsrat insgesamt fünf Frauen an: auf Arbeitnehmer\*innenseite Prof. Manuela Rousseau und Kirstin Weiland und auf Anteilseigner\*innenseite Hong Chow, Uta Kemmerich-Keil sowie Dr. Dr. Christine Martel. Die gesetzliche Geschlechterquote zur Besetzung des Aufsichtsrats ist damit erfüllt. Derzeit gehören dem Aufsichtsrat insgesamt 42 % Frauen und 58 % Männer an; bei Getrenntbetrachtung sind es auf Arbeitnehmer\*innenseite 33 % Frauen und 67 % Männer und auf Anteilseigner\*innenseite jeweils 50 % Frauen und Männer. Auf Anteilseigner\*innenseite verkörpern alle Mitglieder neben ihrer besonderen fachlichen Qualifikation das Merkmal der Internationalität aufgrund der Herkunft oder besonderer internationaler Erfahrungen. Im Aufsichtsrat sind auf Anteilseigner\*innenseite derzeit mindestens drei Mitglieder unabhängig. Der Aufsichtsrat unterstellt dabei vorsorglich, dass auch ein Mitglied, das dem Aufsichtsrat des kontrollierenden Aktionärs angehört, nicht als unabhängig anzusehen ist. Ungeachtet dessen meint der Aufsichtsrat, dass Beziehungen zum kontrollierenden Aktionär nicht schon als solche die Gefahr eines wesentlichen und dauerhaften Interessenkonflikts begründen; mangels Überschneidung der geschäftlichen Aktivitäten geht er vielmehr von einem weitgehenden Gleichlauf der Interessen der Gesellschaft und ihres Großaktionärs aus. Insoweit sind mindestens die folgenden amtierenden Mitglieder auf Anteilseigner\*innenseite unabhängig von dem kontrollierenden Aktionär: Hong Chow, Uta Kemmerich-Keil und die Vorsitzende des Prüfungsausschusses Dr. Dr. Christine Martel. Damit wird der Empfehlung C.9 Satz 1 des Kodex entsprochen, wonach im Fall eines Aufsichtsrats mit mehr als sechs Mitgliedern mindestens zwei Mitglieder auf Anteilseigner\*innenseite unabhängig von dem kontrollierenden Aktionär sein sollen. Darüber hinaus sind nach Einschätzung des Aufsichtsrats alle Mitglieder der Anteilseigner\*innenseite unabhängig von der Gesellschaft und vom Vorstand. Dies gilt auch für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats und des Präsidialausschusses, Prof. Dr. Reinhard Pöllath, obwohl er dem Aufsichtsrat seit mehr als zwölf Jahren angehört. Der Aufsichtsrat ist insoweit der Auffassung, dass durch die langjährigen Erfahrungen und Kenntnisse des Aufsichtsratsvorsitzenden im Unternehmen und in einer Anzahl anderer Unternehmen sowohl die Beratung und Überwachung des Vorstands als auch die Koordination der Aufsichtsratsarbeit nachhaltig und objektiv gefördert werden. Dagegen liegen aufgrund der Zugehörigkeitsdauer im konkreten Fall keine Umstände vor, die einen wesentlichen und nicht nur vorübergehenden Interessenkonflikt begründen könnten. Dr. Dr. Christine Martel, die dem Aufsichtsrat seit April 2012 angehört, wird auf der Hauptversammlung 2024 nicht mehr zur Wahl stehen. Über den Kodex hinaus sind nach Einschätzung des Aufsichtsrats alle Mitglieder auf Arbeitnehmer\*innenseite unabhängig im Sinne des Kodex. Dies gilt auch für Prof. Manuela Rousseau trotz ihrer Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsrat von mehr als zwölf Jahren; sie wird 2024 nicht mehr zur Wahl stehen.

Derzeit haben der Aufsichtsratsvorsitzende und Wolfgang Herz die Regelaltersgrenze von 72 Jahren überschritten. Zudem haben der Aufsichtsratsvorsitzende und ein weiteres Aufsichtsratsmitglied, Prof. Manuela Rousseau, die Regelzugehörigkeitsdauer überschritten. Der Aufsichtsrat hat für diese Mitglieder aufgrund ihrer Kenntnisse und Erfahrungen begründete Ausnahmen von der Regelaltersgrenze bzw. von der Regelzugehörigkeitsdauer festgestellt. Im Übrigen wurden die Regelaltersgrenze, die Regelzugehörigkeitsdauer und die Regeln für den Umgang mit potenziellen Interessenkonflikten beachtet. Alle Mitglieder des Aufsichtsrats erfüllen zudem die für ihre Aufgaben nötigen persönlichen Kompetenzanforderungen. Darüber hinaus ist der Aufsichtsrat in seiner Gesamtheit mit dem Sektor des Unternehmens vertraut. Der Stand der Umsetzung der fachlichen Kompetenzen ist in der nachfolgenden Qualifikationsmatrix dargestellt; hieraus ergibt sich, dass die fachlichen Kompetenzen gemäß dem Kompetenzprofil von jeweils mindestens einem Mitglied erfüllt werden.

## Qualifikationsmatrix des Aufsichtsrats

	Chow	Hansert <sup>1</sup>	Herz	Kemmerich-Keil	Koltze <sup>1</sup>	Köhn <sup>1</sup>	Martel	Papier <sup>1</sup>	Pflanz	Pöllath	Rousseau <sup>1</sup>	Weiland <sup>1</sup>
<b>Generelle Angaben</b>												
<b>Mitglied seit</b>	April 2017	April 2017	April 2020	August 2022	April 2019	April 2019	April 2012	April 2019	April 2019 <sup>2</sup>	Mai 2002	Juni 1999	April 2019
<b>Unabhängigkeit<sup>3</sup></b>	•	•		•	•	•	•	•			•	•
<b>Geschlecht</b>	w	m	m	w	m	m	w	m	m	m	w	w
<b>Geburtsjahr</b>	1971	1961	1950	1966	1963	1964	1970	1974	1968	1948	1955	1969
<b>Nationalität</b>	Deutsch	Deutsch	Deutsch	Deutsch	Deutsch	Deutsch	Französisch	Deutsch	Deutsch-Französisch	Deutsch	Deutsch	Deutsch
<b>Kompetenzen</b>												
<b>Geschäftsfeld- &amp; Sektorvertrautheit</b>	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
<b>Marketing &amp; Vertrieb</b>	•		•	•	•		•		•	•	•	
<b>Forschung &amp; Entwicklung</b>	•	•		•			•			•		•
<b>Supply Chain</b>					•	•	•		•			•
<b>Personal &amp; Organisation</b>	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
<b>ESG</b>	•			•			•			•	•	
<b>Recht &amp; Governance</b>		•	•	•	•		•	•	•	•	•	
<b>Digitalisierung &amp; IT</b>				•			•	•	•			
<b>Finanzen &amp; Rechnungslegung</b>	•	•	•	•	•		•	•	•	•		

• Kriterium erfüllt, basierend auf einer Selbsteinschätzung durch den Aufsichtsrat. Mit Blick auf die Kompetenzen umfasst dies mindestens „Gute Kenntnisse“ und damit die Fähigkeit, auf Basis bereits vorhandener Qualifikation, der im Rahmen der Tätigkeit als Aufsichtsratsmitglied erworbenen Kenntnisse und Erfahrungen und/oder wahrgenommener Fortbildungsmaßnahmen die einschlägigen Sachverhalte gut nachvollziehen und informierte Entscheidungen treffen zu können.

<sup>1</sup> Arbeitnehmervertreter\*in.

<sup>2</sup> Zuvor von September 2015 bis April 2018 Mitglied im Aufsichtsrat.

<sup>3</sup> Entsprechend den Kriterien des Deutschen Corporate Governance Kodex.

## b) Ausschüsse

Die Arbeit des Aufsichtsrats findet innerhalb und außerhalb des Plenums und auch in den Ausschüssen statt. Über die Arbeit der Ausschüsse berichten die jeweiligen Ausschussvorsitzenden dem Gesamtaufichtsrat regelmäßig in der folgenden Aufsichtsratssitzung. Der Aufsichtsrat hat sechs Ausschüsse gebildet:

### Präsidialausschuss

Dem Präsidialausschuss gehören der Vorsitzende des Aufsichtsrats, zwei weitere Mitglieder von Anteilseigner\*innenseite sowie ein Mitglied der Arbeitnehmer\*innenseite an. Der Ausschuss bereitet Sitzungen und Personalentscheidungen vor, beschließt vorbehaltlich der Beschlussfassung im Plenum über die Festsetzung der Gesamtvergütung, anstelle des Plenums über die Anstellungs- und Pensionsverträge von Vorstandsmitgliedern sowie über weitere Vorstandsangelegenheiten. Schließlich kann er über zustimmungsbedürftige Geschäfte entscheiden, soweit der Aufsichtsrat nicht rechtzeitig beschließen kann. Dem Präsidialausschuss gehören an: Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender), Wolfgang Herz, Frédéric Pflanz und Prof. Manuela Rousseau.

### Prüfungsausschuss

Der Prüfungsausschuss besteht aus dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats und jeweils zwei Mitgliedern von Anteilseigner\*innen- und Arbeitnehmer\*innenseite. Ihm gehört mindestens ein unabhängiges Mitglied des Aufsichtsrats an, das über besondere Kenntnisse, Erfahrungen und Sachverstand auf den Gebieten der Rechnungslegung (einschließlich Rechnungslegungsgrundsätze sowie interne Kontroll- und Risikomanagementsysteme) und der Abschlussprüfung verfügt, wozu auch die Nachhaltigkeitsberichterstattung und deren Prüfung gehört. Insbesondere die Vorsitzende des Prüfungsausschusses, Dr. Dr. Christine Martel, verfügt über eine ausgeprägte Sachkenntnis auf diesen Gebieten auf Grund langjähriger Führungspositionen in Finanz-, Strategie- und Commercial-Bereichen eines global tätigen Konsumgüterkonzerns und ihrer vorherigen wissenschaftlichen Arbeit am Deutsch-Französischen Institut für Umweltforschung (DFIU), unter anderem zu End-to-End Lifecycle-Analysen. Zudem bilden ihre Promotionen in Ingenieurwissenschaften sowie Betriebswissenschaften die nötigen fachlichen Grundlagen zur effektiven Beurteilung der relevanten cross-funktionalen Zusammenhänge im Bereich Nachhaltigkeit. Darüber hinaus verfügt mindestens ein weiteres Mitglied des Prüfungsausschusses über Sachverstand auf dem Gebiet der Abschlussprüfung, insbesondere Frédéric Pflanz aufgrund seiner langjährigen Tätigkeit als Chief Financial Officer international tätiger Unternehmen. Der Prüfungsausschuss bereitet Entscheidungen des Aufsichtsrats vor, insbesondere über Jahres- und Konzernabschluss (einschließlich CSR-Berichterstattung), den Vorschlag an die Hauptversammlung zur Wahl des Abschlussprüfers sowie die Vereinbarung mit dem Abschlussprüfer (Erteilung des Prüfungsauftrags, Festlegung von Prüfungsschwerpunkten, Honorarvereinbarung), und unterbreitet dem Aufsichtsrat entsprechende Empfehlungen. Der Prüfungsausschuss befasst sich in enger Abstimmung mit dem Abschlussprüfer mit der Einschätzung des Prüfungsrisikos, der Prüfungsstrategie und der Prüfungsplanung. Ferner überwacht der Prüfungsausschuss die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers, befasst sich mit den von ihm zusätzlich erbrachten Leistungen gemäß der vom Ausschuss festgelegten Richtlinie zur Billigung von Nichtprüfungsleistungen und beurteilt regelmäßig die Qualität der Abschlussprüfung. Mit dem Abschlussprüfer findet ein regelmäßiger Austausch zu relevanten Themen, insbesondere dem Fortgang der Abschlussprüfung, auch außerhalb von Sitzungen statt, worüber die Vorsitzende dem Ausschuss erforderlichenfalls berichtet. Er berät und überwacht den Vorstand in Fragen der Rechnungslegung, der Angemessenheit und Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems und des internen Revisionsystems. Außerdem erörtert er die Halbjahresberichte und die Quartalsmitteilungen mit dem Vorstand vor deren Veröffentlichung. Dem Prüfungsausschuss gehören an: Dr. Dr. Christine Martel (Vorsitzende), Reiner Hansert, Uta Kemmerich-Keil, Olaf Papier und Frédéric Pflanz.

#### Finanzausschuss

Dem Finanzausschuss gehören der Vorsitzende des Aufsichtsrats und jeweils zwei Mitglieder der Anteilseigner\*innen- sowie der Arbeitnehmer\*innenseite an. Er überwacht die Unternehmenspolitik zu Finanzen, Controlling, Steuern und Versicherungen. Er entscheidet anstelle des Aufsichtsrats über die Zustimmung zu Kreditaufnahmen und -gewährungen, Haftungen für fremde Verbindlichkeiten und Finanzanlagegeschäfte. Außerdem berät und überwacht er den Vorstand zur Compliance und zu allen ihm vom Plenum allgemein oder im Einzelfall zugewiesenen Gegenständen. Dem Finanzausschuss gehören an: Frédéric Pflanz (Vorsitzender), Reiner Hansert, Uta Kemmerich-Keil, Dr. Dr. Christine Martel und Olaf Papier.

#### Personalausschuss

Der Personalausschuss besteht aus insgesamt sechs Mitgliedern der Anteilseigner\*innen- und der Arbeitnehmer\*innenseite. Er berät regelmäßig über die langfristige Nachfolgeplanung für den Vorstand (einschließlich der Vergütungsstruktur) und befasst sich mit dem Diversitätskonzept zur Zusammensetzung des Vorstands und mit der Art und Weise seiner Umsetzung. Zudem unterbreitet er einen Vorschlag für die Zielgröße des Frauenanteils im Vorstand sowie für eine Frist zu deren Erreichung. Dem Personalausschuss gehören an: Frédéric Pflanz (Vorsitzender), Hong Chow, Andreas Köhn, Reiner Hansert, Prof. Dr. Reinhard Pöllath und Kirstin Weiland.

#### Vermittlungsausschuss

Der mitbestimmungsrechtliche Vermittlungsausschuss besteht aus dem Aufsichtsratsvorsitzenden, seinem Stellvertreter sowie je einem von der Arbeitnehmer\*innen- und von der Anteilseigner\*innenseite gewählten Mitglied. Er macht Vorschläge zur Bestellung von Vorstandsmitgliedern, falls im ersten Wahlgang nicht die erforderliche Zweidrittelmehrheit erreicht worden sein sollte. Der Vermittlungsausschuss ist seit mehreren Amtszeiten nicht zusammengetreten. Dem Vermittlungsausschuss gehören an: Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender), Olaf Papier, Frédéric Pflanz und Prof. Manuela Rousseau.

#### Nominierungsausschuss

Der Nominierungsausschuss ist mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden sowie drei weiteren Mitgliedern der Anteilseigner\*innenseite besetzt. Er schlägt im Einklang mit der Zielsetzung für die Zusammensetzung und dem Kompetenzprofil des Aufsichtsrats nach umfangreicher Vorbefassung und ausführlichen Vorgesprächen dem Aufsichtsrat Kandidat\*innen für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung vor.

Auch in Vorbereitung der Wahlvorschläge für die Neuwahlen zum Aufsichtsrat durch die Hauptversammlung 2024 hat sich der Nominierungsausschuss intensiv mit den Anforderungen nach Gesetz, Kodex und den eigenen Zielsetzungen befasst. Mit Blick auf die derzeit vorhandenen Kompetenzen und Profile der Anteilseignervertreter\*innen ist der Nominierungsausschuss zu der Einschätzung gelangt, bis auf eine vakant werdende Position an der aktuellen Besetzung festzuhalten und zur Wiederwahl vorzuschlagen. Bei der Suche nach einer geeigneten Kandidatin als Nachfolgerin für das ausscheidende Mitglied Frau Dr. Dr. Christine Martel hat sich der Nominierungsausschuss auch externer Berater bedient. Mit dem Wahlvorschlag von Frau Donya-Florence Amer (Chief Information Officer und Chief Human Resources Officer, Hapag Lloyd Aktiengesellschaft) ist es gelungen, eine ausgewiesene Expertin insbesondere auf den Gebieten Digitalisierung & IT, ESG sowie Personal & Organisation vorstellen zu können. Die Rolle des unabhängigen Financial Expert wird künftig vor allem von Frau Uta Kemmerich-Keil erfüllt werden, die wie die übrigen Anteilseignervertreter\*innen zur Wiederwahl in den Aufsichtsrat vorgeschlagen wird.

Dem Nominierungsausschuss gehören an: Prof. Dr. Reinhard Pöllath (Vorsitzender), Hong Chow, Dr. Dr. Christine Martel und Frédéric Pflanz. Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse ist auf [www.beiersdorf.de/organe](http://www.beiersdorf.de/organe) sowie im Kapitel „Organe der Beiersdorf AG“ in diesem Bericht zu finden. Auf der genannten Internetseite werden auch aktuelle Lebensläufe der Mitglieder des Aufsichtsrats veröffentlicht.

## 2. Vorstand: Zusammensetzung und Arbeitsweise

Der Vorstand leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung und führt dessen Geschäfte. Er ist an das Unternehmensinteresse gebunden und der Steigerung des nachhaltigen Unternehmenswerts verpflichtet. Er nimmt seine Leitungsaufgabe als Kollegialorgan mit gemeinsamer Verantwortung wahr.

Die Mitglieder des Vorstands werden vom Aufsichtsrat bestellt. Die Erstbestellung von Vorstandsmitgliedern erfolgt in der Regel für längstens drei Jahre. Die Vorstandsaufgaben sind nach funktionalen und regionalen Gesichtspunkten verteilt. Der Geschäftsverteilungsplan ist Bestandteil der Geschäftsordnung für den Vorstand.

Der Vorstand entwickelt die Unternehmensziele und die strategische Ausrichtung des Konzerns, stimmt diese mit dem Aufsichtsrat ab, sorgt für deren Umsetzung und erörtert mit dem Aufsichtsrat in regelmäßigen Abständen den Stand der Implementierung. Er ist verantwortlich für die Steuerung und Überwachung des Konzerns, die Unternehmensplanung mit Jahres- und Mehrjahresplanung, die Aufstellung der Quartalsmitteilungen und Halbjahresberichte, der Jahres- und Konzernabschlüsse sowie die Konzernfinanzierung. Der Vorstand sorgt ferner für ein im Hinblick auf die Geschäftstätigkeit und Risikolage angemessenes und wirksames internes Controlling und Risikomanagement, das auch die für das Unternehmen relevanten nachhaltigkeitsbezogenen Ziele abdeckt. Zudem umfasst dies ein an der Risikolage ausgerichtetes Compliance-Management-System, wodurch der Vorstand insbesondere für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien sorgt und auf deren Beachtung durch die Konzernunternehmen hinwirkt (Compliance). Eine Beschreibung der Grundzüge dieser Systeme sowie eine Stellungnahme zu ihrer Angemessenheit und Wirksamkeit ist im Abschnitt „Risikobericht“ bzw. in der „Nichtfinanziellen Erklärung“ in diesem Geschäftsbericht enthalten. Der Vorstand berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragestellungen, insbesondere auch zur Nachhaltigkeit, und erläutert dabei Abweichungen der tatsächlichen Entwicklung von den Plänen und Zielen. Bestimmte Maßnahmen und Geschäfte des Vorstands, die von besonderer Bedeutung für die Gesellschaft sind, bedürfen der Zustimmung des Aufsichtsrats oder seiner Ausschüsse.

Der Vorstand beschließt in regelmäßigen Sitzungen, die der Vorsitzende des Vorstands leitet. Die Mitglieder des Vorstands arbeiten kollegial zusammen und unterrichten sich gegenseitig laufend über wichtige Maßnahmen und Vorgänge in ihren Ressorts.

Vorstandsmitglieder legen möglicherweise auftretende Interessenkonflikte unverzüglich dem Aufsichtsrat offen und informieren die übrigen Mitglieder des Vorstands. Wesentliche Geschäfte von Vorstandsmitgliedern sowie ihnen nahestehenden Personen mit dem Unternehmen bedürfen, sofern nicht ohnehin die Mitwirkung des Aufsichtsrats von Gesetzes wegen erforderlich ist, der Zustimmung des Aufsichtsrats und haben branchenüblichen Standards zu entsprechen. Auch die Übernahme von Nebentätigkeiten bedarf der Zustimmung des Aufsichtsrats.

Die Gesellschaft hat für die Mitglieder des Vorstands eine D&O-Versicherung abgeschlossen, die einen Selbstbehalt in Höhe von 10 % des Schadens bis zur Höhe des Eineinhalbfachen der festen jährlichen Vergütung des Vorstandsmitglieds vorsieht.

Diversitätskonzept und Nachfolgeplanung, Zielgrößen für den Frauenanteil im Vorstand und in den oberen Führungsebenen

Der Aufsichtsrat hat sich in den letzten Jahren allgemein und in konkreten Fällen sehr intensiv mit Diversität im Vorstand beschäftigt. Derzeit liegt der Frauenanteil im Vorstand mit Astrid Hermann, Nicola D. Lafrentz und Grita Loeb sack bei 43 %. Damit wird nicht nur dem gesetzlichen Beteiligungsgebot gemäß § 76 Absatz 3a AktG entsprochen, wonach einem Vorstand mit mehr als drei Personen mindestens eine Frau und ein Mann angehören müssen, sondern darüber hinaus auch der freiwilligen Zielgröße für den Frauenanteil im Vorstand, die der Aufsichtsrat mit Wirkung ab dem 1. Juli 2022 auf 30 % erhöht hat.

Der Aufsichtsrat strebt auch weiterhin bei personellen Änderungen im Vorstand eine angemessene Berücksichtigung von Frauen an. Dies soll durch verschiedene Maßnahmen gefördert werden, insbesondere durch ein deutlich kommuniziertes Bekenntnis zur Förderung von Frauen in Führungspositionen, gezielte Personalentwicklung weiblicher Führungskräfte (etwa durch Trainings, Coaching, Mentoring), Anpassung von Recruiting- und Besetzungsprozessen sowie Aufbau und Förderung von Netzwerkaktivitäten von Frauen. Zur Weiterentwicklung und Förderung von Diversität im Vorstand sind zusätzlich zwei Diversity-Beauftragte aus dem Aufsichtsrat benannt (derzeit Frédéric Pflanz und Prof. Manuela Rousseau). Vor der Bestellung eines Vorstandsmitglieds nehmen die Diversity-Beauftragten gemeinsam mit dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats nach Konsultation der übrigen Aufsichtsratsmitglieder Stellung. Darüber hinaus befasst sich der Personalausschuss unter anderem mit dem Diversitätskonzept für den Vorstand, einschließlich der Art und Weise seiner Umsetzung.

Als weiteres Kriterium des Diversitätskonzepts soll der Vorstand insgesamt über mehrjährige einschlägige internationale Berufserfahrung durch langjährige Tätigkeiten im Ausland oder besondere Kenntnisse der für Beiersdorf wichtigen ausländischen Märkte verfügen. In der Geschäftsordnung für den Vorstand ist festgelegt, dass die Mitglieder des Vorstands grundsätzlich nicht älter als 63 Jahre sein sollen. Diese Kriterien haben im Berichtsjahr alle amtierenden Mitglieder des Vorstands erfüllt. Darüber hinausgehende Diversitätskriterien für die Zusammensetzung des Vorstands wird der Aufsichtsrat bzw. der Personalausschuss erwägen, soweit er diese für angemessen und zweckdienlich erachtet.

Der Aufsichtsrat sorgt gemeinsam mit dem Vorstand zudem für eine langfristige Nachfolgeplanung. Insbesondere berät der Personalausschuss regelmäßig über die Nachfolgeplanung (einschließlich der Vergütungsstruktur) und berücksichtigt dabei die Führungskräfteplanung des Unternehmens. Im Jahr 2023 befasste sich der Personalausschuss zusammen mit dem Vorstand insbesondere mit den Themen Talentmanagement, Nachfolgeplanung (inklusive Rekrutierung und Entwicklung), Diversitätsstrategie, inklusive KPIs, Personalplanung sowie Organisation der Personalabteilung. Die konkrete Nachfolgeplanung basiert unter anderem auf einer Gruppe von potenziell geeigneten Personen, die aus den oberen beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands durch den Personalvorstand in Abstimmung mit globalen Management-Teams vorausgewählt wird. Ergänzend dazu befasst sich das Diversity & Inclusion Committee, dem die Diversity-Beauftragten aus dem Aufsichtsrat, der Personalvorstand und weitere Führungskräfte des Unternehmens angehören, mit dem Ziel, eine diverse Unternehmenskultur über Geschlecht und Internationalität hinaus durch verschiedene Initiativen und Schlüsselaktivitäten zu fördern und zu stärken. Die Nachfolgeplanung ist zudem in der Zielsetzung für die variable Vergütung des Vorstands enthalten.

Der Vorstand achtet auch bei der Besetzung von Führungspositionen im Unternehmen auf Diversität. Dabei strebt er insbesondere eine angemessene Beteiligung von Frauen an. Mit der „Beiersdorf Gender Parity Ambition“, die bereits im März 2021 verkündet wurde, verpflichtet sich Beiersdorf, bis spätestens 2025 eine Geschlechterparität von 50:50 auf allen Führungsebenen unterhalb des Vorstands (Managementebenen 1-4) im Consumer-Bereich zu erreichen. Diese Geschlechterparität wurde früher als geplant erreicht: Per September 2023 waren weltweit 50,3 % der Führungspositionen mit Frauen besetzt. Mit dem globalen Ziel einer geschlechterausgewogenen Führung ist die Strategie des Vorstands zur Frauenförderung bei Beiersdorf darauf gerichtet, eine zunehmende Anzahl von Kandidatinnen zur Auswahl für Top-Führungspositionen und den Vorstand zu haben. Beiersdorf bietet weiterhin spezielle Programme für weibliche Talente an, um mehr Frauen in Führungspositionen zu bringen. Diese Programme konzentrieren sich auf eine Kombination aus persönlichen und organisatorischen Modulen. Dabei arbeitet Beiersdorf mit externen Partner\*innen zusammen, um relevantes Fachwissen zu integrieren und um das richtige Klima für nachhaltigen Wandel bei diesem Thema zu schaffen. Um Chancengleichheit zu gewährleisten, konzentriert sich Beiersdorf zudem auf den Abbau von Hindernissen, die einen gleichberechtigten beruflichen Aufstieg verhindern könnten.

Zudem hat der Vorstand gemäß § 76 Absatz 4 AktG für den Frauenanteil der Beiersdorf AG in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands eine Zielgröße von mindestens 35 % und in der zweiten Führungsebene eine Zielgröße von mindestens 50 % festgelegt, die jeweils bis zum 31. Dezember 2026 gehalten bzw. erreicht werden sollen. Ende 2023 betrug der Frauenanteil in der ersten Führungsebene 39,3 % und in der zweiten Führungsebene 41,9 %.

### 3. Hauptversammlung

Die Aktionär\*innen nehmen ihre Rechte satzungsmäßig in und außerhalb der Hauptversammlung wahr. Jede Aktie gewährt eine Stimme.

Die Hauptversammlung beschließt unter anderem über die Verwendung des Bilanzgewinns, die Entlastung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats, die Wahl des Abschlussprüfers und die rechtlichen Grundlagen der Gesellschaft, insbesondere Satzungsänderungen. Die Hauptversammlung beschließt zudem beratend über die Billigung des vom Aufsichtsrat vorgelegten Vergütungssystems für die Vorstandsmitglieder, über die konkrete Vergütung des Aufsichtsrats und empfehlend über die Billigung des Vergütungsberichts für das vorausgegangene Geschäftsjahr. Darüber hinaus wird der Vorstand, wenn er dies im Einzelfall für angemessen hält, bei wesentlichen Strukturänderungen oder im Falle eines Übernahmeangebots eine außerordentliche Hauptversammlung einberufen, in der die Aktionär\*innen hierüber beraten und gegebenenfalls über gesellschaftsrechtliche Maßnahmen beschließen.

Die ordentliche Hauptversammlung findet jährlich statt, in der Regel innerhalb der ersten fünf Monate eines jeden Geschäftsjahres. Die Einberufung mit der Tagesordnung der Hauptversammlung wird – zusammen mit den für die Hauptversammlung erforderlichen Berichten und Unterlagen einschließlich des Geschäftsberichts und der Formulare für die Briefwahl – auch auf der Internetseite der Gesellschaft veröffentlicht. Sie kann mitsamt den Einberufungsunterlagen auch auf elektronischem Wege übermittelt werden. Zur Erleichterung der persönlichen Wahrnehmung der Rechte stellt die Gesellschaft ihren Aktionär\*innen eine weisungsgebundene Person zur Stimmrechtsvertretung zur Verfügung. In der Einladung wird erklärt, wie Weisungen zur Stimmrechtsausübung erteilt werden können. Daneben bleibt es den Aktionär\*innen unbenommen, sich durch eine bevollmächtigte Person ihrer Wahl auf der Hauptversammlung vertreten zu lassen. Die Briefwahl sowie Erteilung, Änderung und Widerruf einer Vollmacht an den von der Gesellschaft bestellten Stimmrechtsvertreter sind auch über das Internet vor und während der Hauptversammlung möglich. Die gesamte Hauptversammlung kann über das Internet auch von Nicht-Aktionär\*innen verfolgt werden.

Der Vorstand hat auf Grundlage der von der Hauptversammlung erteilten Ermächtigung gemäß § 17 Abs. 3 Satz 1 der Satzung beschlossen, die Hauptversammlung 2024 als virtuelle Hauptversammlung nach Maßgabe von § 118a AktG abzuhalten.

### Meldepflichtige Wertpapiergeschäfte von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sind nach Art. 19 Abs. 1 Marktmissbrauchsverordnung verpflichtet, Geschäfte mit Aktien der Beiersdorf AG oder damit verbundenen Finanzinstrumenten (Directors' Dealings) der Gesellschaft und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) unverzüglich und spätestens drei Geschäftstage nach dem Datum des Geschäfts zu melden. Dies gilt auch für Personen, die mit einer solchen Person in einer engen Beziehung stehen.

Die der Beiersdorf AG gemeldeten Geschäfte werden veröffentlicht und sind auf der Internetseite des Unternehmens unter [www.beiersdorf.de/investor-relations/finanzberichte/directors-dealings](http://www.beiersdorf.de/investor-relations/finanzberichte/directors-dealings) abrufbar.

## Weitere Informationen zur Corporate Governance

Ausführliche Informationen zur Tätigkeit des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse sowie zur Zusammenarbeit von Aufsichtsrat und Vorstand finden Sie auch im Kapitel „Bericht des Aufsichtsrats“ dieses Berichts. Weitere Informationen zur Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats finden Sie im Kapitel „Vergütungsbericht“. Der Vergütungsbericht über das letzte Geschäftsjahr einschließlich Vermerk des Abschlussprüfers gemäß § 162 AktG und das geltende Vergütungssystem gemäß § 87a Abs. 1 und 2 Satz 1 AktG sind auf der Internetseite unter [www.beiersdorf.de/investor-relations/corporate-governance/verguetung-von-vorstand-und-aufsichtsrat](http://www.beiersdorf.de/investor-relations/corporate-governance/verguetung-von-vorstand-und-aufsichtsrat) veröffentlicht; der letzte Vergütungsbeschluss der Hauptversammlung gemäß § 113 Abs. 3 AktG ist unter [www.beiersdorf.de/investor-relations/hauptversammlung/archiv/2023](http://www.beiersdorf.de/investor-relations/hauptversammlung/archiv/2023) abrufbar.

Konzernabschluss und Halbjahresberichte werden nach den Grundsätzen der International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, der Jahresabschluss der Beiersdorf AG nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs (HGB) erstellt. Die Hauptversammlung am 13. April 2023 wählte die EY GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, zum Abschlussprüfer für die AG und den Konzern für das Geschäftsjahr 2023 sowie zum Prüfer für die prüferische Durchsicht des Halbjahresberichts 2023. Die EY GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft prüft die Jahres- und Konzernabschlüsse der Beiersdorf AG seit dem Geschäftsjahr 2006. Verantwortliche Abschlussprüferin ist seit dem Geschäftsjahr 2022 Britta Siemer. Ab dem Geschäftsjahr 2024 wird es einen Wechsel der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geben; nach Durchführung einer öffentlichen Ausschreibung im Oktober 2022 wird der Hauptversammlung 2024 die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Frankfurt am Main, als neuer Abschlussprüfer zur Wahl vorgeschlagen.

Aktuelle Entwicklungen und wichtige Unternehmensinformationen werden zeitnah auf der Internetseite [www.beiersdorf.de](http://www.beiersdorf.de) veröffentlicht. Neben detaillierten Erläuterungen zur Corporate Governance bei Beiersdorf finden sich dort weitergehende Informationen zu Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung, die Berichte des Unternehmens (Geschäftsberichte, einschließlich zusammengefasster Lageberichte und Nichtfinanzieller Erklärungen, Jahresabschlüsse, Halbjahresberichte und Quartalsmitteilungen), ein Finanzkalender zu allen wesentlichen Terminen und Veröffentlichungen, Ad-hoc-Meldungen, meldepflichtige Wertpapiergeschäfte (Directors' Dealings) sowie die Veröffentlichungen zu Stimmrechtsmitteilungen.

Diese Erklärung zur Unternehmensführung ist ungeprüfter Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts. Sie ist zudem auf der Internetseite [www.beiersdorf.de/Erklaerung\\_unternehmensfuehrung](http://www.beiersdorf.de/Erklaerung_unternehmensfuehrung) veröffentlicht und dort mindestens fünf Jahre lang zugänglich.

Hamburg, im Februar 2024

Beiersdorf Aktiengesellschaft

Der Aufsichtsrat

Der Vorstand

## Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

Der Vorstand hat gemäß § 312 AktG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen erstellt, der folgende Schlussfolgerung enthält:

„Die Beiersdorf Aktiengesellschaft hat nach den Umständen, die uns in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem Rechtsgeschäfte vorgenommen oder Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten und ist dadurch, dass Maßnahmen getroffen oder unterlassen wurden, nicht benachteiligt worden.“

## Übernahmerechtliche Angaben

Im Folgenden werden die gemäß § 315a Abs. 1 HGB und § 289a Abs. 1 HGB erforderlichen Angaben dargestellt.

Im Hinblick auf die Angaben zur Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals und die Angaben zu direkten oder indirekten Beteiligungen am Kapital, die 10 % der Stimmrechte überschreiten, wird auf den Anhang verwiesen.

Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands sind in den §§ 84, 85 AktG, § 31 MitbestG und § 7 der Satzung geregelt. Gemäß § 7 Abs. 1 der Satzung besteht der Vorstand aus mindestens drei Mitgliedern; im Übrigen bestimmt der Aufsichtsrat die Anzahl der Vorstandsmitglieder. Die Änderung der Satzung erfolgt nach §§ 179, 133 AktG sowie § 16 der Satzung. Nach § 16 Abs. 1 der Satzung ist der Aufsichtsrat ermächtigt, Änderungen und Ergänzungen der Satzung zu beschließen, die nur die Fassung betreffen. Gemäß § 5 Abs. 6 der Satzung ist der Aufsichtsrat insbesondere ermächtigt, § 5 der Satzung (Grundkapital) jeweils nach Ausnutzung von genehmigtem oder bedingtem Kapital entsprechend zu ändern und neu zu fassen.

Die Hauptversammlung hat am 29. April 2020 den Vorstand ermächtigt, das Grundkapital in der Zeit bis zum 28. April 2025 mit Zustimmung des Aufsichtsrats um bis zu insgesamt 92 Mio. € (genehmigtes Kapital I: 42 Mio. €; genehmigtes Kapital II: 25 Mio. €; genehmigtes Kapital III: 25 Mio. €) durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer auf ihre Inhaber\*innen lautender Stückaktien zu erhöhen. Dabei kann die Gewinnberechtigung neuer Aktien abweichend von § 60 Abs. 2 AktG bestimmt werden.

Den Aktionär\*innen 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 (genehmigte Kapitalien I, II, III)
2. Soweit dies erforderlich ist, um Inhaber\*innen bzw. Gläubiger\*innen 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 (genehmigte Kapitalien I, II, III)
3. Wenn der auf die neuen Aktien, für die das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, insgesamt entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals zehn vom Hundert des im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung bzw. - falls dieser Wert niedriger ist - im Zeitpunkt der

Ausgabe der neuen Aktien vorhandenen Grundkapitals nicht übersteigt und der Ausgabebetrag der neuen Aktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrags, welche möglichst zeitnah zur Platzierung der Aktien erfolgen soll, nicht wesentlich unterschreitet. Sofern während der Laufzeit des genehmigten Kapitals von anderen Ermächtigungen zur Ausgabe oder zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft oder zur Ausgabe von Rechten, die den Bezug von Aktien der Gesellschaft ermöglichen oder zu ihm verpflichten, Gebrauch gemacht und dabei das Bezugsrecht gemäß oder entsprechend § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgeschlossen wird, ist dies auf die vorstehend genannte 10 %-Grenze anzurechnen (genehmigtes Kapital II)

4. Bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder von Beteiligungen an Unternehmen (genehmigtes Kapital III)

Von den vorstehenden Ermächtigungen zum Ausschluss des Bezugsrechts darf der Vorstand nur in einem solchen Umfang Gebrauch machen, dass der anteilige Betrag der insgesamt unter Ausschluss des Bezugsrechts ausgegebenen Aktien weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigungen noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigungen 10 % des Grundkapitals überschreitet. Sofern während der Laufzeit eines genehmigten Kapitals bis zu seiner Ausnutzung von anderen Ermächtigungen zur Ausgabe oder zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft oder zur Ausgabe von Rechten, die den Bezug von Aktien der Gesellschaft ermöglichen oder zu ihm verpflichten, Gebrauch gemacht und dabei das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, ist dies auf die vorstehend genannte Grenze anzurechnen.

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

Darüber hinaus hat die Hauptversammlung am 29. April 2020 beschlossen, das Grundkapital um bis zu insgesamt 42 Mio. €, eingeteilt in bis zu 42 Millionen auf ihre Inhaber\*innen lautende Stückaktien, bedingt zu erhöhen. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie

1. die Inhaber\*innen bzw. Gläubiger\*innen von Wandlungs- und/oder Optionsrechten, die mit den von der Beiersdorf Aktiengesellschaft oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 28. April 2025 auszugebenden Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen verbunden sind, von ihrem Wandlungs- bzw. Optionsrecht Gebrauch machen oder
2. die zur Wandlung verpflichteten Inhaber\*innen bzw. Gläubiger\*innen der von der Beiersdorf Aktiengesellschaft oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften bis zum 28. April 2025 auszugebenden Wandelschuldverschreibungen ihre Pflicht zur Wandlung erfüllen

und das bedingte Kapital nach Maßgabe der Anleihebedingungen dafür benötigt wird.

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.

Der Vorstand wurde ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Durchführung einer bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

Außerdem hat die Hauptversammlung am 29. April 2020 die Gesellschaft ermächtigt, gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG in der Zeit bis zum 28. April 2025 eigene Aktien im Umfang von insgesamt bis zu zehn

vom Hundert des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben. Der Erwerb erfolgt über die Börse oder mittels eines an alle Aktionär\*innen gerichteten öffentlichen Kaufangebots bzw. mittels einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe eines Verkaufsangebots. Der Vorstand wurde ermächtigt, die aufgrund der vorstehenden oder einer vorhergehenden Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats ganz oder teilweise unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionär\*innen auch in anderer Weise als über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionär\*innen zu veräußern, soweit diese Aktien gegen Barzahlung zu einem Preis veräußert werden, der den Börsenkurs von Aktien der Gesellschaft gleicher Ausstattung zum Zeitpunkt der Veräußerung nicht wesentlich unterschreitet. Der Vorstand wurde ferner ermächtigt, die aufgrund der vorstehenden oder einer vorhergehenden Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats ganz oder teilweise unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionär\*innen gegen Sachleistung zu veräußern, insbesondere zur Verwendung als Gegen- oder Teilgegenleistung im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder zum Erwerb von Unternehmen, Beteiligungen an Unternehmen (einschließlich der Erhöhung von Beteiligungen) oder Unternehmensteilen. Zudem kann der Vorstand diese eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats ganz oder teilweise unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionär\*innen verwenden, um die Bezugs- und/oder Umtauschrechte aus von der Gesellschaft oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften ausgegebenen Wandel- bzw. Optionsschuldverschreibungen oder sonstige Ansprüche auf Übertragung von Aktien zu erfüllen. Darüber hinaus wurde der Vorstand ermächtigt, das Bezugsrecht der Aktionär\*innen auszuschließen, soweit dies für den Fall der Veräußerung eigener Aktien an alle Aktionär\*innen erforderlich ist, um entstehende Spitzenbeträge auszugleichen. Von den vorstehenden Ermächtigungen zum Ausschluss des Bezugsrechts darf der Vorstand nur in einem solchen Umfang Gebrauch machen, dass der anteilige Betrag der insgesamt bezugsrechtsfrei verwendeten Aktien weder im Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung noch im Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigungen 10 % des Grundkapitals überschreitet. Sofern während der Laufzeit dieser Ermächtigung zur Verwendung eigener Aktien von anderen Ermächtigungen zur Ausgabe oder zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft oder zur Ausgabe von Rechten, die den Bezug von Aktien der Gesellschaft ermöglichen oder zu ihm verpflichten, Gebrauch gemacht und dabei das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, ist dies auf die vorstehend genannte Grenze anzurechnen.

Schließlich ist der Vorstand ermächtigt worden, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die aufgrund der vorstehenden oder einer vorhergehenden Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss einzuziehen.

Durch die Schaffung des genehmigten und bedingten Kapitals soll die Gesellschaft in die Lage versetzt werden, schnell und flexibel auf Wachstumsmöglichkeiten und Möglichkeiten am Kapitalmarkt reagieren zu können. Die Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien ermöglicht es der Gesellschaft, insbesondere auch institutionellen oder anderen Investor\*innen Aktien der Gesellschaft anzubieten und/oder den Aktionär\*innenkreis der Gesellschaft zu erweitern sowie die erworbenen eigenen Aktien als Gegen- oder Teilgegenleistung für den Erwerb von Unternehmen, Unternehmensbeteiligungen (einschließlich der Erhöhung von Beteiligungen) oder Unternehmensteilen oder im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen, d. h. gegen Sachleistung, zu begeben.