

S. 22 Grundlagen des Konzerns

- S. 22 Geschäft und Strategie
- S. 31 Forschung und Entwicklung

S. 50 Nichtfinanzielle Erklärung

- S. 50 Allgemeine Informationen
- S. 66 Umweltinformationen
- S. 118 Sozialinformationen
- S. 166 Governance-Informationen
- S. 172 Anhang

S. 183 Wirtschaftsbericht

- S. 183 Wirtschaftliches Umfeld
- S. 187 Ertragslage
- S. 198 Vermögenslage
- S. 200 Finanzlage
- S. 202 Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage
- S. 203 Beiersdorf AG

S. 207 Risiko- und Chancenbericht

- S. 207 Integriertes Managementsystem
- S. 210 Wesentliche Risiken und Chancen
- S. 218 Monitoring
- S. 219 Zusammenfassende Darstellung
- S. 219 Internes Kontrollsystem
- S. 220 Angemessenheit und Wirksamkeit
- S. 221 Unabhängige Überwachung

S. 222 Prognosebericht

- S. 222 Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenfaktoren
- S. 223 Beschaffungsmarktentwicklung
- S. 224 Absatzmarktentwicklung
- S. 224 Unsere Chancen im Markt
- S. 225 Geschäftsentwicklung

S. 226 Weitere Angaben

- S. 226 Erklärung zur Unternehmensführung
- S. 244 Beziehungen zu verbundenen Unternehmen
- S. 244 Übernahmerechtliche Angaben

ZUSAMMEN- GEFASSTER LAGEBERICHT

Grundlagen des Konzerns

Geschäft und Strategie¹

Beiersdorf gehört zu den weltweit führenden Konsumgüterunternehmen – mit einem Portfolio starker, global verfügbarer Marken, über 190 Tochtergesellschaften und mehr als 22.000 engagierten Mitarbeitenden. Unsere Marken und Produkte genießen weltweit großes Vertrauen. Dieses Vertrauen ist ein Ergebnis wegweisender Innovationen und ikonischer Marken, die seit jeher eine enge Verbindung zu unseren Konsument*innen schaffen. Ohne die Leidenschaft und Expertise unserer Mitarbeitenden wäre dieser Erfolg nicht möglich. Mit ihrem Engagement tragen sie entscheidend dazu bei, dass unsere Produkte weltweit geschätzt und gekauft werden. Dafür bieten wir ihnen ein attraktives Arbeitsumfeld, vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten und die Chance, die Zukunft von Beiersdorf aktiv mitzugestalten.

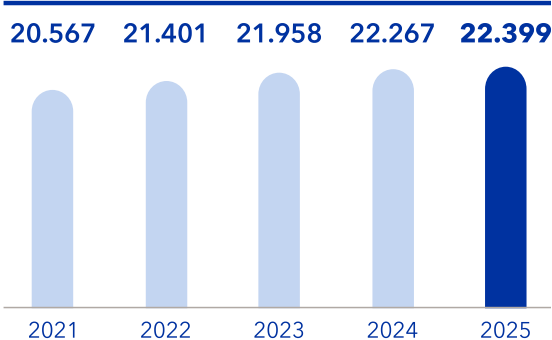
Unser Geschäft gliedert sich in zwei eigenständige Unternehmensbereiche, die unabhängig voneinander agieren und jeweils führende Marktpositionen einnehmen:

- Im Unternehmensbereich Consumer liegt unser Fokus auf der Haut- und Körperpflege. Unser Portfolio umfasst starke Marken wie NIVEA, Eucerin, Hansaplast, La Prairie und Chantecaille, die weltweit geschätzt werden und Millionen Menschen täglich begleiten.
- 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.

Zum 31. Dezember 2025 beschäftigten wir weltweit 22.399 Mitarbeitende und damit 0,6 % mehr als im Jahr zuvor (Vorjahr: 22.267). Davon arbeiteten 6.989 Mitarbeitende in Deutschland (Vorjahr: 6.777) – dies entspricht einem Anteil von 31 % (Vorjahr: 30 %). Im Unternehmensbereich Consumer waren 17.083 Mitarbeitende beschäftigt (Vorjahr: 17.043), bei tesa 5.316 (Vorjahr: 5.224).

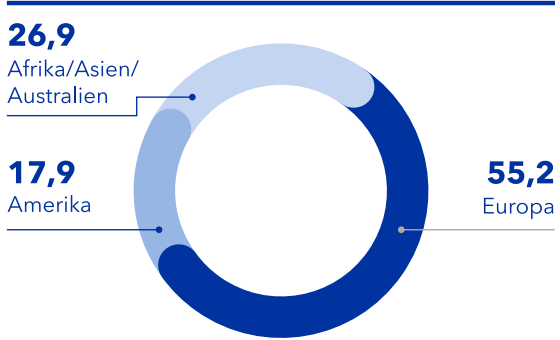
Anzahl Mitarbeitende Konzern¹

Headcount, Stand 31.12.2025



Anteil Mitarbeitende Konzern nach Regionen^{1,2}

Headcount in %, Stand 31.12.2025



Detaillierte Informationen zu unseren Fortschritten und Maßnahmen rund um unsere Mitarbeitenden finden Sie in der „[Nichtfinanziellen Erklärung](#)“.

¹ Die Erfassung erfolgt ab dem Geschäftsbericht 2025 auf Headcount-Basis statt auf Basis von Vollzeitäquivalenten (FTE). Zusätzlich wurde der Umfang der zu berücksichtigenden Mitarbeitendengruppen angepasst. Um die Vergleichbarkeit sicherzustellen, wurde der Wert 2024 analog angepasst. Die ursprünglich berichteten Vorjahreswerte auf FTE-Basis betrugen: 2024: 22.791, 2023: 21.958, 2022: 21.401, 2021: 20.567.

² Die Region Amerika umfasst im gesamten Geschäftsbericht Nordamerika und Lateinamerika.

Consumer

Unsere Strategie

Seit mehr als 140 Jahren steht der Name Beiersdorf für innovative Hautpflege und wegweisende Hautforschung. Diese Tradition ist unser Fundament – doch unser Blick richtet sich klar nach vorn. Wir wollen die Zukunft der Hautpflege gestalten und dafür sorgen, dass sich Menschen in ihrer Haut wohlfühlen. Gleichzeitig ist es unser Ziel, wirtschaftlich erfolgreich zu sein, denn nachhaltiges Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit sind die Basis für unsere ambitionierten Ziele.

Unser Purpose „Care Beyond Skin“ gibt uns dabei Orientierung. Er prägt, wie wir wirtschaftlichen Erfolg verstehen. Für uns bedeutet das: Wir handeln verantwortungsvoll, zeigen gesellschaftliches Engagement und fördern gezielt Initiativen, die über unser Kerngeschäft hinausgehen. Gleichzeitig wissen wir: Nur mit Effizienz, Innovation und unternehmerischem Mut können wir dieser Verantwortung gerecht werden und unsere Vision erfüllen.

Diese Vision ist ambitioniert: **Wir wollen das beste Hautpflegeunternehmen der Welt sein.** Sie ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie „Win with Care“, mit der wir an die Erfolge der Vergangenheit anknüpfen wollen – und die uns auch in herausfordernden Zeiten leitet. Wir konzentrieren uns dabei auf die Entwicklung unserer Marken, die Einführung bahnbrechender Innovationen und die Erschließung weiterer Wachstumsfelder („White Spaces“). Ebenso liegt unser Fokus auf profitablerem Wachstum und einem klaren ROI-Mindset – mit dem Ziel, einen nachhaltigen finanziellen Wert zu schaffen, gleichzeitig unseren Nachhaltigkeitsambitionen treu zu bleiben und einen positiven Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Diese Grundgedanken haben wir in „Win with Care“ in drei strategischen Entscheidungen zusammengefasst:

- **Führend in der Hautpflege sein** – mit vertrauenswürdigen, ikonischen Marken und Innovationskraft.
- **Allgegenwärtige Präsenz erreichen** – in relevanten Märkten, Kanälen und Kategorien.
- **Erfolg nachhaltig vorantreiben** – Wachstum stärken und zugleich eine inklusive, klimabewusste Zukunft gestalten.



Ergänzt werden unsere strategischen Entscheidungen durch zwei zentrale Erfolgsfaktoren: unsere Mitarbeitenden und die Kraft der Digitalisierung. Wir entwickeln Talente, setzen auf leistungsstarke, diverse und inklusive Teams und pflegen eine Kultur, die auf gemeinsamen Werten wie Care, Trust, Simplicity und Courage aufbaut. Darüber hinaus nutzen wir digitale Lösungen, um entlang der gesamten digitalen Consumer Journey – von der Markeninteraktion über die Produktentdeckung bis hin zum Kauf – unseren Konsument*innen begeisternde Erlebnisse zu schaffen und effiziente, zukunftsfähige Prozesse voranzutreiben. So legen wir die Basis für nachhaltiges Wachstum und langfristigen Erfolg.

Führend in der Hautpflege sein

Im Geschäftsjahr 2025 haben wir unsere Position als führendes Hautpflegeunternehmen weiter gestärkt – durch wegweisende Innovationen und bedeutende Produktneueinführungen (siehe Abschnitt [„Produkt-Highlights“](#)). Bereits im Vorjahr setzten wir mit Eucerin einen Meilenstein: Unser epigenetischer Wirkstoff Epicelline®, der das biologische Alter der Haut sichtbar reduziert und die Zeichen der Hautalterung umkehrt, wurde erfolgreich eingeführt. Im Berichtsjahr knüpfte das Eucerin Hyaluron-Filler Epigenetic Serum daran an und trug maßgeblich zum zweistelligen Wachstum unseres Derma-Geschäfts bei – ein klares Signal für unsere Vorreiterrolle im Bereich Epigenetik.

Darauf aufbauend brachten wir Epicelline® im Berichtsjahr erstmals auch in den Massenmarkt: Mit dem NIVEA CELLULAR Epigenetics Verjüngendes Serum realisierten wir den größten Launch im Bereich Gesichtspflege bei NIVEA der vergangenen zehn Jahre. Dies stärkte unsere Präsenz in mehreren europäischen Ländern und sicherte Spitzenpositionen im Handel. Das Serum kombiniert drei Arten von Hyaluronsäure mit Epicelline® und aktiviert gezielt die Longevity der Hautzellen – wissenschaftlich bestätigt durch unsere patentierte Age Clock Technology®.

Auch die Erfolgsgeschichte von Thiamidol®, unserem Wirkstoff gegen Hyperpigmentierung und dunkle Flecken, setzten wir im Jahr 2025 konsequent fort – unter anderem durch Einführungen in den strategischen Wachstumsmärkten USA, China und Indien (siehe auch Abschnitt [„Allgegenwärtige Präsenz erreichen“](#)). Eine besondere Bedeutung erhielt Thiamidol® durch die Veröffentlichung eines globalen Expert*innenkonsens zum Management von Hyperpigmentierung, erarbeitet von zehn führenden Dermatolog*innen weltweit. Die Ergebnisse wurden auf dem Kongress der Europäischen Akademie für Dermatologie und Venerologie 2025 (EADV) präsentiert. Die zentrale Erkenntnis: Thiamidol®, der patentierte Wirkstoff von Beiersdorf, ist der dermokosmetische Wirkstoff, den die Expert*innen als eine bevorzugte Lösung bei Hyperpigmentierung empfehlen. Ein eindrucksvoller Beleg dafür, wie wir unsere Hautforschungsexpertise in marktfähige Innovationen übersetzen.

Darüber hinaus unterstrichen weitere wichtige Launches und Relaunches unseren Anspruch, neue Maßstäbe in der Hautpflege zu setzen: Die überarbeitete NIVEA SUN Schutz & Pflege-Serie mit CITRACELL-PROTECT™ -Technologie sowie das neue 2in1 Primer Daily UV Serum LSF 50 demonstrieren unsere Kompetenz im UV-Schutz. Damit konnten wir im Berichtsjahr weitere Marktanteile gewinnen, insbesondere in Europa. Mit dem Relaunch der Eucerin DERMOPURE CLINICAL-Linie lancierten wir eine effektive Reinigung und Pflege für unreine, zu Akne neigende Haut – eine Hautbeschwerde, die weltweit bis zu 85 % der Menschen irgendwann im Leben einmal betrifft und eine der häufigsten Ursachen für einen Hautarztbesuch ist.

Zudem erweiterten wir unser Portfolio in der Wundversorgung um eine echte Innovation: Unter den Marken Hansaplast, Elastoplast und CURITAS führten wir das Zweite Haut Schutz Pflaster ein – ein ultradünnes, flexibles Pflaster auf Basis der Hydrokolloid-Technologie, das beanspruchte Hautpartien schützt, die Heilung beschleunigt und das Risiko von Narbenbildung reduziert.

Um NIVEA auch künftig auf Wachstumskurs zu halten, haben wir im Berichtsjahr eine strategische Neuausrichtung unseres Kernportfolios eingeleitet. Dabei setzen wir klare Prioritäten auf zentrale

Markenpfeiler und wachstumsstarke Segmente: Neben der NIVEA Gesichtspflege rücken insbesondere die NIVEA Body Hautpflege sowie das NIVEA Deo-Geschäft stärker in den Fokus. Gleichzeitig schärfen wir unseren Blick auf die Kernmärkte und richten unsere Aufmerksamkeit verstärkt auf regionale Bedürfnisse unserer Konsument*innen. Dies ermöglicht es uns, noch agiler auf unterschiedliche lokale Anforderungen zu reagieren – und sicherzustellen, dass NIVEA weltweit die bevorzugte Marke für Hautpflege bleibt. Ein Beispiel für diese Neuausrichtung ist die Einführung der NIVEA Derma Control-Serie im Berichtsjahr. Sie richtet sich gezielt an Verbraucher*innen mit empfindlicher Haut und verbindet zuverlässigen Deodorantschutz mit wirksamer Hautpflege – ein Beispiel für den Trend zur „Skinifikation“, bei dem Pflegeprinzipien aus der Hautpflege auf weitere Produktkategorien übertragen werden.

Ein wichtiger Meilenstein im Jahr 2025 war zudem die Grundsteinlegung für unser neues Innovationszentrum auf dem Beiersdorf Campus in Hamburg. Mit einer Investition von 139 Mio. € entsteht hier ein hochmodernes Zentrum für Forschung, Entwicklung und Technologie, dessen Eröffnung für das Jahr 2028 geplant ist. Auf rund 14.000 m² werden künftig interdisziplinäre Teams aus Forschung und Entwicklung, Supply Chain, Marketing und Vertrieb unter einem Dach zusammenarbeiten. Die enge Verzahnung entlang der gesamten Innovationskette – von der Idee bis zum fertigen Produkt – sowie der Einsatz von künstlicher Intelligenz und digitalisierten, datengesteuerten Abläufen wird uns kürzere Entwicklungszyklen, effizientere Prozesse und eine schnellere Marktreife ermöglichen. Mit dieser Investition stärken wir unsere langfristige Innovationskraft und investieren gezielt in die Hautpflege von morgen.

Zur Sicherstellung zukünftigen Wachstums haben wir im Berichtsjahr zudem die Erweiterung unserer Produktionsinfrastruktur am Standort Beiersdorf Manufacturing Poznań (BMP) erfolgreich abgeschlossen und die neue Fläche eröffnet. Mit diesem Schritt haben wir unsere Produktionskapazitäten in Polen verdoppelt, unser globales Produktionsnetzwerk gestärkt und die Grundlage für künftige Innovationen geschaffen.

Allgegenwärtige Präsenz erreichen

Mit unserer Strategie, Innovationen über alle globalen Marken hinweg zu skalieren und gezielt in neue Märkte („White Spaces“), Segmente und Kanäle zu expandieren, haben wir im Berichtsjahr wichtige Impulse gesetzt. Besonders mit unseren beiden Schlüsselinnovationen Thiamidol® und Epicelline® konnten wir im Berichtsjahr relevante Fortschritte erzielen – und unsere wegweisenden Innovationen in neue Märkte einführen.

Einer der größten Meilensteine im Jahr 2025 war die Einführung unseres neuen Eucerin Spotless Brightening Pro Aesthetic Crystal Booster Serums und der NIVEA LUMINOUS630™ Produkte auf dem chinesischen Inlandsmarkt. Dieser Schritt folgte auf die Zulassung unseres Wirkstoffs Thiamidol® durch die chinesische National Medical Products Administration (NMPA) Ende 2024. Mit dieser Zulassung haben wir neue Wachstumschancen für unsere Marken Eucerin und NIVEA auf dem chinesischen Markt erschlossen – dem zweitgrößten Dermokosmetikmarkt der Welt und einer Region, in der Hyperpigmentierung zu den häufigsten Hautproblemen zählt.

Auch in den USA bauten wir unsere Präsenz gegenüber den Konsument*innen weiter aus: Nach dem erfolgreichen Launch von Eucerin Face im Vorjahr folgte im Berichtsjahr die Einführung von Thiamidol® über die Eucerin Radiant Tone Kollektion. Damit konnten wir an die Entwicklung des Vorjahres anknüpfen und diese bedeutende Innovation im Bereich der Hautpflege erfolgreich im Markt platzieren. Einen weiteren Wachstumsmarkt erschlossen wir mit der Einführung von NIVEA LUMINOUS Thiamidol® Gesichtspflegeprodukten in Indien – ein wichtiger Schritt, um unsere Innovationen einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Parallel erweiterten wir in Indien unsere Präsenz im Luxussegment: La Prairie und Chantecaille feierten hier ihren Markteintritt. Indien zählt zu den dynamischsten und am schnellsten wachsenden Luxusbeautymärkte Asiens.

Darüber hinaus setzten wir abseits unserer Schlüsselinnovationen Thiamidol® und Epicelline® unsere strategische Expansion erfolgreich fort: Im Dezember 2025 führten wir Eucerin erstmals in Japan ein – dem drittgrößten Kosmetikmarkt der Welt. Mit der speziell für japanische Verbraucher*innen entwickelten Premium-Serie Eucerin HARI FILLER erschließen wir einen neuen „White Space“ und stärken unsere Position in einem der anspruchsvollsten Hautpflegemärkte weltweit. Die Produktlinie kombiniert dermatologische Expertise mit den hohen Ansprüchen japanischer Konsument*innen an Qualität und Wirksamkeit. Ergänzend dazu feierte Eucerin auch in Saudi-Arabien und Rumänien bedeutende Markteintritte – und stärkte damit unsere Präsenz rund um den Globus.

Digital bauten wir unsere Omnipräsenz ebenfalls konsequent aus, was sich positiv auf die Entwicklung unseres E-Commerce auswirkte: Weltweit erhöhten wir unseren Umsatz um 20 % gegenüber dem Vorjahr – getrieben von einer starken Performance in Schwellenländern und Europa. Auch auf der indischen E-Commerce-Plattform Nykaa bauten wir unsere Präsenz aus und führten NIVEA Face und La Prairie neu ein. Im Rahmen von E-Commerce gewinnt auch Social Commerce immer mehr an Bedeutung. Seit 2020 sind wir in verschiedenen Märkten auf TikTok Shop aktiv und haben die Plattform 2025 auch für NIVEA in Deutschland, Italien und Mexiko eingeführt. Mit der Einführung in Deutschland gehören wir zu den ersten Anbietern im Social-Commerce-Bereich und schaffen ein nahtloses Einkaufserlebnis direkt in der App, das Inspiration mit Kaufentscheidung verbindet. Damit erweitern wir unsere Multi-Channel-Strategie und sichern die Relevanz unserer Marken für kommende Generationen.

Erfolg nachhaltig vorantreiben

Unsere Verantwortung gegenüber Gesellschaft, Umwelt und unseren Verbraucher*innen bringen wir mit unserem Purpose „Care Beyond Skin“ und unserer Nachhaltigkeitsstrategie klar zum Ausdruck – und sie ist fest in unserer Unternehmensstrategie „Win with Care“ verankert. Als zukunftsfähiges und resilientes Unternehmen verbinden wir Nachhaltigkeit mit Wettbewerbsfähigkeit: Wir setzen auf profitables Wachstum und strategische Investitionen, verfolgen eine klare Ausrichtung auf Effizienz und Produktivität und gestalten gleichzeitig die Hautpflege der Zukunft mit einem möglichst geringen ökologischen Fußabdruck und positivem Einfluss auf die Gesellschaft. So erzielen wir Jahr für Jahr wichtige Fortschritte in ökologischer und gesellschaftlicher Hinsicht (siehe Kapitel [„Nichtfinanzielle Erklärung“](#)).

Dieses Zusammenspiel von wirtschaftlicher Stärke und Verantwortung ist Ausdruck unseres Growth Mindsets: Wir denken langfristig, investieren gezielt und entwickeln uns kontinuierlich weiter, um unsere ambitionierte Vision zu erreichen. Um unsere Effizienz und Wettbewerbsstärke zu steigern, haben wir im Berichtsjahr unsere globalen Digitalisierungsaktivitäten konsequent vorangetrieben. Im Fokus standen Automatisierung und der gezielte Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) – sowohl als Katalysator für unsere Mitarbeitenden als auch als Treiber für die Weiterentwicklung unseres Geschäfts. KI ist für uns mehr als ein Werkzeug: Sie reduziert Komplexität, schafft Freiräume für kreative und wertschöpfende Aufgaben und beschleunigt datenbasierte Entscheidungen. Gleichzeitig transformiert KI unser Geschäft, indem sie Routinearbeiten automatisiert, Mitarbeitenden ermöglicht, sich auf strategische Aufgaben zu fokussieren, und als neue Stimme zu unseren Konsument*innen agiert – etwa durch intelligente Produktempfehlungen und die gezielte Ansprache. Ergänzend unterstützte uns im Berichtsjahr das Programm OPEX (Operational Growth Excellence) dabei, Wachstumschancen in unseren Kernmärkten zu identifizieren – etwa durch die Optimierung von Preisstrategien, Sortimenten und Produktpräsentationen. Mit einem einheitlichen Analyseansatz und enger bereichsübergreifender Zusammenarbeit verbessern wir Prozesse und stärken damit unser nachhaltiges, organisches Wachstum.

Auch im Bereich Nachhaltigkeit erzielten wir bedeutende Fortschritte – insbesondere die Reduzierung der THG-Emissionen (Treibhausgas, THG) sowie die Erhöhung des Anteils an recycelten und erneuerbaren Materialien in unseren Kunststoffverpackungen. Gleichzeitig trieben wir die Transformation hin zu einem nachhaltigeren Marken- und Produktportfolio mit großem Engagement

voran. Ebenso gehört die Einführung des EcoBeautyScore für unsere Marken NIVEA und Eucerin dazu – ein wissenschaftlich fundiertes Bewertungssystem, das die Umweltverträglichkeit von Kosmetikprodukten transparent macht und so nachhaltige Kaufentscheidungen fördert. Bereits zum Ende des Berichtsjahres erhielten die meisten unserer relevanten Gesichtspflegeprodukte die besten Bewertungen A und B. Diese Erfolge sind Teil unserer umfassenden Strategie, bestehende Produkte und Neuentwicklungen systematisch hinsichtlich Inhaltsstoffen, Formulierungen und Verpackungen zu optimieren – und so einen Mehrwert für Verbraucher*innen und Gesellschaft zu schaffen. Mehr dazu erfahren Sie in der „[Nichtfinanziellen Erklärung](#)“.

Darüber hinaus haben wir unser Engagement für Diversität und Inklusion weiter gestärkt – unter anderem durch Initiativen zur Inklusion von Menschen mit Behinderungen. Mehr als 30 globale Teams („Disability Inclusion Squads“) haben diese Arbeit – unterstützt von verschiedenen externen Partnerorganisationen – aktiv vorangetrieben. Wir schulten unsere globalen Führungskräfte und Recruiter*innen im inklusiven Umgang und prüften gemeinsam mit lokalen Partnern, wie wir unsere Büros und Produktionszentren noch inklusiver gestalten können. Darüber hinaus förderte unsere Mitarbeitenden-Community „Ability“ den internen Austausch und die Sichtbarkeit des Themas. Auch unser Engagement zur Förderung von Geschlechtergerechtigkeit und Lohngleichheit haben wir konsequent vorangetrieben: 2025 schlossen wir unser erstes globales Pay Equity Audit ab – ein wichtiger Schritt in Richtung fairer Vergütung. Unsere Ambition bleibt klar: Wir wollen ein globaler Equal-Pay-Arbeitgeber werden und unsere Maßnahmen fortsetzen, um dieses Ziel zu erreichen.

All diese Fortschritte zeigen: Im Geschäftsjahr 2025 haben wir trotz eines herausfordernden Umfelds an allen zentralen Elementen unserer Strategie gearbeitet – von der Weiterentwicklung unserer Marken und Innovationen über die Expansion in relevante Märkte bis hin zur Effizienzsteigerung und nachhaltigen Transformation unseres Portfolios. Damit schaffen wir die Grundlage für langfristige Wettbewerbsfähigkeit, profitables Wachstum und die Erreichung unserer Vision.

tesa

Die tesa SE (im Folgenden „tesa“) ist einer der weltweit führenden Hersteller innovativer Klebebänder und selbstklebender Produktlösungen für Industrie, Gewerbekunden und Endverbraucher*innen. Als 100-prozentige Tochtergesellschaft der Beiersdorf Aktiengesellschaft bildet die tesa SE einen unabhängig geführten Teilkonzern, der sich aus 55 Tochtergesellschaften (Vorjahr: 56) sowie aus einem assoziierten Unternehmen (Vorjahr: 1) zusammensetzt. Zum 31. Dezember 2025 beschäftigte tesa 5.316 Mitarbeitende (Vorjahr: 5.224³) und damit 1,8 % mehr als im Jahr zuvor. In Deutschland waren 2.631 Mitarbeitende (Vorjahr: 2.511³) tätig, dies entspricht einem Anteil von 49,5 % (Vorjahr: 48,1 %³).

Regionen und wesentliche Standorte

tesa agiert weltweit, mit Schwerpunkt in Europa, gefolgt von den Geschäftsregionen Afrika/Asien/Australien und Amerika. Die Unternehmenszentrale mit integrierter Technologie- und Produktentwicklung und einem Pilotzentrum befindet sich in Norderstedt bei Hamburg. Neben den deutschen Gesellschaften gehören die Tochtergesellschaften in China und den USA zu den größten und strategisch wichtigsten Einzelgesellschaften von tesa. Die relevantesten Produktionsstandorte befinden sich in Europa (Deutschland und Italien), in Nordamerika (USA) und in Asien (China und Vietnam).

Geschäftsbereiche

tesa versorgt Industriekunden in den Geschäftsfeldern Automotive, Consumer Electronics, Druck und Verpackung sowie Electrical Systems auf direktem Weg 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 vertreibt tesa eine vielfältige Produktpalette für ein breites Anwendungsspektrum in unterschiedlichen Industriebranchen über den industriellen Handel. Dazu gehören beispielsweise Sortimente für Montage und Reparatur, Transportsicherungsbänder oder auch Klebelösungen für die Verpackungsindustrie.

Zusätzlich zum Industriekundengeschäft versorgt tesa Endkund*innen über Handelspartner oder handelsähnliche Kanäle mit marktgerechten Produkten. Hierzu zählen Sortimente für private Endverbraucher*innen und professionelle Handwerker*innen. Darüber hinaus nutzt tesa das E-Commerce-Geschäft, um Endkund*innen auf direktem Weg Produkte zum Kauf anzubieten.

Das Geschäft mit Endkund*innen ist hauptsächlich auf Europa und Lateinamerika konzentriert. Vermarktet werden sowohl lang bewährte als auch neue 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 innovativen Produkten. Für professionelle Handwerker*innen bietet tesa maßgeschneiderte Sortimente, welche über zielgruppengerechte Vermarktungskonzepte angeboten werden.

³ Die Erfassung erfolgt ab dem Geschäftsbericht 2025 auf Headcount-Basis statt auf Basis von Vollzeitäquivalenten (FTE). Zusätzlich wurde der Umfang der zu berücksichtigenden Mitarbeitendengruppen angepasst. Um die Vergleichbarkeit sicherzustellen, wurde der Wert 2024 analog angepasst. Die ursprünglich berichteten Vorjahreswerte auf FTE-Basis betrugen: tesa 5.405, tesa (Deutschland) 2.685.

Künstliche Intelligenz

Im Geschäftsjahr 2025 hat tesa die Integration von KI (künstliche Intelligenz) als zentralen Bestandteil seiner Digitalstrategie vorangetrieben und diese weltweit umgesetzt – sowohl an den Unternehmensstandorten als auch auf operativer Ebene. Mit der Einführung von Microsoft Copilot und dem unternehmensweiten Rollout für 3.300 Mitarbeitende wurden Voraussetzungen für eine erfolgreiche KI-Transformation geschaffen. Begleitet wurde diese Maßnahme von Schulungen und Events, darunter der Global AI Day.

Das tesa „AI Enablement Programm“ erreichte weltweit 3.800 Mitarbeitende und stärkte damit die digitale Kompetenz im Unternehmen. Parallel dazu wurde ein globales Netzwerk von mehr als 100 AI-Botschafter*innen aufgebaut, das in den jeweiligen Fachbereichen konkrete Anwendungsfälle identifiziert, bewertet und implementiert.

Die technologische Basis dieser Entwicklung wurde bereits zuvor durch strategische externe Partnerschaften sowie die Einführung von tesaGPT im Jahr 2023 gelegt – dem eigenen Large Language Model. Für diese systematische Verankerung von KI im Unternehmen wurde tesa im Mai 2025 mit dem Deutschen Preis für Onlinekommunikation (DPOK-Award) in der Kategorie „AI Strategie und Integration“ ausgezeichnet. Ein weiteres Ereignis war der erste interne „Agentic AI Hackathon“ im November des Geschäftsjahres 2025, bei dem interdisziplinäre Teams agentenbasierte KI-Use-Cases entwickelten und in ersten Prototypen zum Leben erweckten.

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, einschließlich Anreiz- und Bonussysteme, werden im „[Vergütungsbericht](#)“ 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 öffentlich zugänglich gemacht wird.

Wertmanagement und Steuerungssystem

Unser übergeordnetes Ziel ist es, nachhaltigen Wert für unsere Aktionär*innen zu schaffen. Dies erreichen wir, indem wir unser Geschäft anhand von zwei zentralen Leistungskennzahlen steuern, nämlich **organisches Umsatzwachstum**⁴ und EBIT beziehungsweise **EBIT-Umsatzrendite vor Sondereffekten** (Relation von EBIT zu Umsatz). Durch kontinuierliche Investitionen in Wachstumsmöglichkeiten wie „White Spaces“, 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 2025 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 „organisches Umsatzwachstum“ und „betriebliches Ergebnis“ (EBIT) bzw. „EBIT-Umsatzrendite vor Sondereffekten“ gesteuert.

⁴ Das organische Umsatzwachstum zeigt das nominale Umsatzwachstum, bereinigt um Wechselkurseffekte sowie strukturelle Effekte aus Akquisitionen und Divestments.

Forschung und Entwicklung⁵

Unsere Forschung und Entwicklung (F&E) ist der Impulsgeber unserer Innovationskraft – und spielt eine zentrale Rolle für den nachhaltigen Erfolg von Beiersdorf. Unser Erfolgsrezept: Mit Innovationsgeist, wissenschaftlicher Expertise und modernsten Technologien kreieren wir richtungsweisende Produktlösungen – stets mit dem Anspruch, die Bedürfnisse unserer Konsument*innen in den Mittelpunkt zu stellen. Darüber hinaus evaluieren wir unsere Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten kontinuierlich und treiben sie so strategisch weiter voran.

Für unsere beiden Unternehmensbereiche setzen wir klare Forschungsschwerpunkte:

- **Consumer:** Im Unternehmensbereich Consumer entwickeln wir wirkungsvolle Hautpflegeinnovationen, bei denen das fundierte Verständnis der Haut sowie die Bedürfnisse unserer Verbraucher*innen stets im Mittelpunkt stehen. Unsere Forschung zielt darauf ab, die Hautprozesse besser zu verstehen und neue Wirkstoffe zu identifizieren, die innovative Produkte mit einem spürbaren Mehrwert ermöglichen.
- **tesa:** Im Unternehmensbereich tesa treiben wir die Entwicklung innovativer Klebebänder und selbstklebender Produktlösungen voran – mit besonderem Augenmerk auf Nachhaltigkeit und energieeffiziente Produktionsverfahren. Unsere Lösungen tragen dazu bei, die Arbeit, die Produkte oder das Leben unserer Kunden zu verbessern.

Zum 31. Dezember 2025 beschäftigte Beiersdorf weltweit 1.849 Mitarbeitende in der Forschung und Entwicklung (Vorjahr: 1.738). Davon waren 1.177 im Unternehmensbereich Consumer (Vorjahr: 1.119) und 672 im Unternehmensbereich tesa tätig (Vorjahr: 619).

Die Investitionen in die Forschung und Entwicklung wurden erneut deutlich gesteigert: Zum Geschäftsjahresende beliefen sich die F&E-Aufwendungen auf 365 Mio. € (Vorjahr: 354 Mio. €), was einem Plus von 3,3 % entspricht. Davon entfielen 276 Mio. € auf den Unternehmensbereich Consumer (+2,3 %) und 89 Mio. € auf den Unternehmensbereich tesa (+6,3 %).

Consumer

Exzellente Forschungskraft

Als Hautpflegeunternehmen mit einem hohen Innovationsanspruch verbinden wir wissenschaftliche Exzellenz mit fundierter Hautexpertise – und schaffen so die Grundlage für richtungsweisende Entwicklungen. Als Erfinder der modernen Hautpflege mit der ersten stabilen Wasser-in-Öl-Emulsion im Jahr 1911 setzen wir kontinuierlich neue Standards. Unsere Wissenschaftler*innen entschlüsseln die komplexen biologischen Prozesse der Haut. Dieses tiefgehende Verständnis ermöglicht uns die Entwicklung charakteristischer, hochwirksamer Wirkstoffe, die gezielt mit der Haut interagieren und ihre natürlichen Funktionen unterstützen. Beispiele dafür sind Q10 (unser erster Anti-Aging-Wirkstoff), Thiamidol® (unser hochwirksamer Inhaltsstoff gegen Hyperpigmentierung), und Epicelline®, (unser hochwirksamer epigenetisch aktiver Wirkstoff, der die Altersuhr in Hautzellen zurückdreht). Weitere Forschungsschwerpunkte wie die Mikrobiomforschung eröffnen neue Perspektiven für die Hautpflege.

⁵ Alle Zahlen zu Mitarbeitenden in diesem Kapitel werden ab dem Geschäftsbericht 2025 auf Headcount-Basis statt auf Basis von Vollzeitäquivalenten (FTE) erfasst. Zusätzlich wurde der Umfang der zu berücksichtigenden Mitarbeitendengruppen angepasst. Um die Vergleichbarkeit sicherzustellen, wurde der Wert 2024 analog angepasst. Die ursprünglich berichteten Vorjahreswerte auf FTE-Basis betrugen: Forschung und Entwicklung (weltweit) 1.841, Forschung und Entwicklung (Consumer) 1.165, Forschung und Entwicklung (tesa) 676.

Im Berichtsjahr erzielten wir mit unserer intensiven Forschungsarbeit erneut substanzielle Fortschritte:

- Seit über 15 Jahren erforschen wir im Bereich **Epigenetik**, wie sich äußere Einflüsse auf die Funktionalität der Hautzellen sowie die Hautalterungsmechanismen auswirken. Dieses Wissen floss im Jahr 2025 in weitere Produkte ein und wurde mit NIVEA CELLULAR Epigenetics Verjüngendes Serum erstmals im Massenmarkt lanciert. Die biologische Hautalterung aktiv zu verlangsamen und sogar umzukehren, und somit die Haut-Langlebigkeit („Skin Longevity“) zu verbessern, erreicht Epicelline® durch die gezielte Reaktivierung von Jugendfunktionen der Hautzellen. Darüber hinaus haben wir gezielt unsere innovativen Hautpflegeansätze zur Förderung der Haut-Langlebigkeit und substanziellen Hautverjüngung weiterverfolgt. In Kooperation mit dem Deutschen Krebsforschungszentrum (DKFZ) konnten wir im Berichtsjahr die patentierte Age Clock Technologie® weiterentwickeln und die Analyse von Mikro-Hautproben anwendbar machen. Wir konnten nachweisen, dass diese Technologie über alle Phototypen hinweg funktioniert, und zeigen, dass nach Anwendung des Eucerin Hyaluron-Filler Epigenetic Serums das biologische Hautalter der Anwender*innen signifikant reduziert war; ein In-vivo-Nachweis für die Verbesserung der Haut-Langlebigkeit, basierend auf einem wissenschaftlich anerkannten Biomarker für Alterung (der „Age Clock“). Die Daten wurden auf einigen Fachkonferenzen präsentiert. Parallel dazu haben wir in einem mikrophysiologischen Co-Kultursystem systemische Faktoren identifiziert, die eine signifikante Verjüngung der Hautzellen bewirken. Die Ergebnisse der Studie haben wir in der Fachzeitschrift AGING publiziert. Ein vielversprechender Ansatz für zukünftige Strategien zur gezielten Hautverjüngung und Haut-Langlebigkeit.
- **Thiamidol®** bleibt ein zentraler Wirkstoff in der Behandlung und Reduzierung von Hyperpigmentierung, dessen effektive Wirksamkeit bis dato in über 120 klinischen Studien mit mehr als 9.000 Teilnehmenden aller Haut- und Phototypen nachgewiesen wurde. Entsprechend haben wir im Berichtsjahr die wissenschaftliche Weiterentwicklung und Forschung an unserem patentierten Inhaltsstoff konsequent fortgesetzt. Nachdem im November 2024 die Registrierung in China erfolgreich abgeschlossen wurde, folgte im Berichtsjahr die Markteinführung lokal entwickelter Produkte in den chinesischen Markt. Ein weiterer Meilenstein ist der kürzlich veröffentlichte „Global Consensus on the Management of Melanin Hyperpigmentation Disorders“, der von zehn führenden Dermatolog*innen auf dem Gebiet der Hyperpigmentierung verfasst wurde. Darin wird Thiamidol® als dermokosmetischer Wirkstoff benannt, den die Expert*innen als eine bevorzugte Lösung bei Hyperpigmentierung empfehlen. Diese internationale Anerkennung unterstreicht die wissenschaftliche Relevanz und klinische Wirksamkeit unserer Forschung.
- Das **Hautmikrobiom** spielt eine wichtige Rolle für das Erscheinungsbild und die Widerstandsfähigkeit unserer Haut. Ist das Gleichgewicht dieses sensiblen Ökosystems gestört – etwa durch eine Überbesiedelung mit bestimmten Mikroorganismen – kann das die Hautflora verändern und sich negativ auf den Hautzustand auswirken. Mit unseren kontinuierlichen Forschungsaktivitäten rund um das Hautmikrobiom leisten wir wichtige Pionierarbeit. Die Erkenntnisse aus mehreren Jahrzehnten Forschung mit mehr als 70 erteilten Patenten bilden die Grundlage unseres einzigartigen technologischen Ökosystems, die sogenannte Microbiome-Design-Plattform. Sie umfasst neben spezifischen antimikrobiellen Lösungen und präbiotischen Ansätzen auch die sogenannte Ski[N]ative Probiotics-Technologie. Mit ihr setzen wir auf Probiotika, die Teil des natürlichen Hautmikrobioms sind. Diese Ansätze sollen uns völlig neue Möglichkeiten eröffnen, das Hautmikrobiom mithilfe innovativer kosmetischer Pflegeprodukte gezielt zu beeinflussen – für wegweisende Ergebnisse, von unreiner Haut bis Anti-Age. Eine aktuelle Publikation (Hamann et al., Microorganisms, 2025) zeigt intraspezifische Unterschiede zweier zentraler Hautbakterien – Cutibacterium acnes und Staphylococcus epidermidis – bei gesunder Haut sowie bei Proband*innen mit leichter bis schwerer Akne (acne vulgaris). Weitere Eckpfeiler unserer Forschungsaktivitäten auf dem Gebiet des Hautmikrobioms sind die Zusammenarbeit mit dem belgischen Biotech-Unternehmen S-Biomedic, das wir 2022 vollständig übernommen haben, sowie mit renommierten Hochschulen und Forschungseinrichtungen (mehr dazu im Abschnitt „[Gesteigerte Innovationskraft durch strategische Allianzen](#)“).

- Die Forschung zu unserem innovativen Anti-Aging-Wirkstoff **Coenzym Q10**, den wir 1998 erstmals auf den Markt gebracht haben, setzten wir im Berichtsjahr weiter fort. In Zusammenarbeit mit der Universität Grenoble konnten wir in einer Studie zeigen, dass Coenzym Q10 den Energiehaushalt von Hautzellen unter oxidativem Stress signifikant stabilisiert. Diese Ergebnisse haben wir im April 2025 in der Fachzeitschrift Scientific Reports veröffentlicht und auf der internationalen Q10-Konferenz der International Coenzyme Q10 Association im Juni 2025 in Kopenhagen vorgestellt. Damit konnten wir belegen, dass der Wirkstoff die zelluläre Widerstandskraft stärkt und einen wichtigen Beitrag zum Schutz sowie Erhalt der Hautfunktion leistet.
- Im Bereich **tierversuchsfreie Testmethoden zur Sicherheitsbewertung** haben wir mit der Weiterentwicklung unseres digitalen toxikologischen Profiling-Frameworks „ToxPanel“ einen weiteren Meilenstein erreicht. Die Plattform ermöglicht durch die Automatisierung zentraler Arbeitsschritte eine deutlich höhere Effizienz bei gleichbleibender Datenqualität, und reduziert manuelle Arbeitsschritte und damit menschliche Fehler signifikant. Durch die strukturierte und standardisierte Dokumentation können potenziell sichere und innovative Wirkstoffe frühzeitig identifiziert werden – ein zentraler Beitrag für unsere Innovationsarbeit und die gezielte Entwicklung von neuen, sicheren Wirkstoffen.
- Ein weiterer Schwerpunkt unserer dermatologischen Forschung im Berichtsjahr war die Untersuchung von zwei besonders herausfordernden Hautzuständen: Bei der **Eucerin UreaRepair Onkologie-Studie** konnten wir zeigen, dass unsere Eucerin UreaRepair Produkte mit aktiven Pflegeinhaltsstoffen die Haut von Chemotherapie-Patient*innen bei konsequenter Anwendung wirksam und besser schützen als der Pflegestandard. Über 80 % der Teilnehmenden berichteten von stabilem oder verbessertem Hautzustand – trotz Chemotherapie. Beschwerden wie Trockenheit, Rötungen und Juckreiz wurden deutlich gelindert, was sich positiv auf das allgemeine Wohlbefinden und die Therapie auswirkte. In einer weiteren Studie konnten wir auch im Bereich der atopischen Dermatitis relevante Fortschritte erzielen: In der **Eucerin Atopi/SKINLY-Studie** nutzten 150 Betroffene unser digitales Hautanalysegerät SKINLY (siehe auch Abschnitt „[Digitalisierung und künstliche Intelligenz](#)“), um ihre Haut über längere Zeiträume selbst zu beobachten. Die begleitende Anwendung des beruhigenden Eucerin AtopiControl Balsams führte zu weniger Juckreiz, verringertem Spannungsgefühl und einem reduzierten Bedarf an Kortison.

Die Ergebnisse unserer Forschung und Entwicklung sowie unser geistiges Eigentum sichern wir durch ein umfassendes, **globales Patentportfolio**. Im Geschäftsjahr 2025 haben wir über 70 neue Patente angemeldet (Vorjahr: über 90) und bestehende, strategisch wichtige Schutzrechte durch zusätzliche Anmeldungen in weiteren Märkten erweitert. Zum Stichtag 31. Dezember 2025 umfasste unser weltweites Portfolio insgesamt 1.867 aktive Schutzrechte (Vorjahr: 1.638). Davon sind 783 rechtskräftig erteilt; 1.084 weitere Patentanträge befanden sich zum Geschäftsjahresende noch im Prüfverfahren (Vorjahr: ca. 800). Diese Entwicklung verdeutlicht die hohe Innovationskraft unseres Unternehmens und die konsequente Umsetzung unserer internationalen Patentstrategie.

Nachhaltigkeit als Treiber verantwortungsvoller Innovation

Nachhaltigkeit ist fest in unserer Innovationsarbeit verankert und wird von uns durch intensive Forschungsarbeit und in enger Zusammenarbeit mit unseren strategischen Partnern und Lieferanten gezielt umgesetzt. Ein Großteil unserer THG-Emissionen (Treibhausgas, THG) sind mit unseren Produkten verbunden. Daher ist ihre Transformation ein wichtiger Hebel auf dem Weg, unser ambitioniertes Net Zero Ziel für 2045 zu erreichen. Unser Anspruch: Unsere Produkte sollen nicht nur höchsten Standards in Bezug auf Sicherheit, Qualität und Wirksamkeit entsprechen, sondern auch einen Beitrag zu einer besseren Zukunft leisten. Im Fokus stehen dabei zwei zentrale Hebel: nachhaltigere Verpackungslösungen und verantwortungsvoll entwickelte Inhaltsstoffe und Formulierungen. Unser Ziel ist es, den ökologischen Fußabdruck unserer Produkte zu reduzieren und gleichzeitig die

Kreislauffähigkeit zu maximieren. Diese Ambitionen sind Teil unserer Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN, deren Umsetzung in der „[Nichtfinanziellen Erklärung](#)“ ausführlich dargestellt wird.

Um stetig nachhaltiger zu werden, überprüfen wir zum Beispiel regelmäßig unsere Rohstoffstrategie und setzen auf moderne Technologien, digitalisierte Laborabläufe sowie KI-gestützte Formulierungsprozesse, um nachhaltigere Inhaltsstoffe schneller, gezielter und wirksamer einzusetzen. Damit stellen wir sicher, dass unsere ökologische Verantwortung mit hoher Produktleistung und Hautpflegeexpertise vereint wird und wir zugleich im Klimaschutz und bei der Implementierung einer Kreislaufwirtschaft neue Maßstäbe für verantwortungsvolle Innovationen in der Hautpflege setzen.

Im Bereich Verpackung folgen wir konsequent den vier Prinzipien der Nachhaltigkeit: Vermeiden, Reduzieren, Wiederverwenden und Recyceln. Konkret bedeutet das, dass wir den Materialeinsatz aktiv minimieren. So konnten wir z. B. über die letzten drei Jahre ein Projekt zur Optimierung unserer Tubenkappen über NIVEA, Eucerin und Hansaplast hinweg umsetzen, das den Einsatz von Kunststoff deutlich reduziert und parallel Rezyklat statt Neuplastik verwendet. Durch diese markenübergreifende Initiative, die für eine große Anzahl unserer Produkte implementiert wird, schaffen wir eine bedeutende Emissionsreduktion. Grundsätzlich haben wir den Anspruch, überall dort, wo es uns technisch und qualitativ möglich ist, recyceltes Material zu integrieren – entsprechend enthält bereits ein großer Teil unserer Produktverpackungen Rezyklat. Einen bedeutenden Meilenstein konnten wir in diesem Zusammenhang im Berichtsjahr erreichen: Gemeinsam mit Partnern aus Industrie und Wissenschaft haben wir eine einheitliche Prüfmethode entwickelt, die die sichere Verwendung von recyceltem Kunststoff (Post-Consumer-Rezyklat, PCR) in Kosmetikverpackungen ermöglicht. Die Herausforderung bestand darin, potenzielle Verunreinigungen aus Vorverwendung, Sammlung und Reinigung zuverlässig zu identifizieren und zu bewerten. Die neue Methode wurde im Jahr 2025 als DIN SPEC 91521 veröffentlicht – Beiersdorf hat in der Erarbeitung dieser Norm eine führende Rolle übernommen. Durch diese Standardisierung können Hersteller und Nutzer von PCR-Materialien die Kompatibilität nun einheitlich messen. Neben der Reduktion des Materialeinsatzes und der Implementierung von recycelten Kunststoffen in unsere Verpackungen setzen wir biologisch abbaubare und erneuerbare Materialien ein, wenn dies technisch möglich und wirtschaftlich sinnvoll ist.

Gesteigerte Innovationskraft durch strategische Allianzen

Bei Beiersdorf sind wir überzeugt: Kollaboration ist der Schlüssel zu transformativer Innovation. Relevante Fortschritte entstehen an den Schnittstellen – und zwar dort, wo Disziplinen und Fachwissen zusammentreffen, um gemeinsam neue Perspektiven zu erschließen und über den Status quo hinauszugehen. In dieser Tradition kombinieren wir gezielt externes Know-how mit unserer internen Expertise und nutzen dieses komplementäre Wissen, um gemeinsam neue Standards in der Hautpflege zu setzen. Unser globales Netzwerk umfasst zahlreiche renommierte Forschungsinstitute, Universitäten, Start-ups, unabhängige Wissenschaftler*innen und Lieferanten. Im Jahr 2025 haben wir unsere strategischen Partnerschaften weiter ausgebaut, um insbesondere Fortschritte in den Bereichen Life Science und Nachhaltigkeit zu beschleunigen – zwei zentrale Säulen unserer langfristigen Innovationsstrategie.

Ein Beispiel für unser Engagement ist die **Skin Cancer Prevention Alliance** mit dem **Deutschen Krebsforschungszentrum (DKFZ)**. Im Rahmen des Forschungsprogramms SPARC (Skin Protection and Research Collaboration) wurden im Jahr 2025 elf innovative Projekte zur Hautkrebsprävention initiiert. Drei davon widmen sich der Öffentlichkeitsarbeit, darunter die Etablierung eines Hautmoduls in der Krebspräventionsambulanz des DKFZ. Acht Pilotprojekte verfolgen unterschiedliche biologische Forschungsansätze – darunter innovative Angänge, bei denen neuartige molekularbiologische und bioinformatische Testmethoden zum Einsatz kommen, um Prozesse in der Haut besser zu verstehen und mögliche Ansatzpunkte für zukünftige Schutzmechanismen zu identifizieren. Weitere Schwerpunkte sind die Übertragung von Präventionsstrategien aus anderen Krebsarten auf die Haut sowie die frühzeitige Erkennung von Hautkrebs-Vorstufen wie aktinischen Keratosen.

Um unsere wissenschaftliche Kompetenz in der Hautpflege weiter auszubauen, haben wir unsere strategische Forschungs Kooperation mit der **Columbia University** in New York, USA, fortgesetzt – einer der weltweit führenden Institutionen in der biomedizinischen Forschung. Ziel der Partnerschaft ist es, die wissenschaftliche Forschung in den Bereichen Anti-Age und Skin of Color entscheidend voranzubringen. Im Rahmen dieser Partnerschaft wurden im Berichtsjahr fünf Pilotprojekte gestartet, an denen mehr als 20 Wissenschaftler*innen der Columbia University beteiligt sind. Ihre Expertise, gebündelt mit dem tiefen hautbiologischen Wissen unserer Forscher*innen ermöglicht eine Innovationskraft, die das Potenzial hat, die Zukunft der Hautpflege neu zu definieren.

Neben der Zusammenarbeit mit der Columbia University haben wir auch unsere langjährige Partnerschaft mit der **Polytechnischen Universität Marche (UNIVPM)** in Ancona, Italien, weiter gestärkt. Ein besonderes Highlight war der erfolgreiche Start unseres akademischen Entwicklungsprogramms, das auf unsere über zehnjährige Partnerschaft und Forschung aufbaut – insbesondere zu Coenzym Q10. Zehn internationale Absolvent*innen naturwissenschaftlicher Studiengänge nahmen 2025 erstmals am viermonatigen Hybridprogramm „Research and Innovation in Skin Biology and Anti-Aging Cosmetology“ teil. Nach einem mehrwöchigen Theoriemodul in Ancona folgte eine dreimonatige Praxisphase im Beiersdorf Hautforschungszentrum in Hamburg. Das Programm schlossen die Teilnehmenden mit einem Universitätszertifikat ab. Ihre Beiträge beinhalteten innovative Ansätze zur Photoprotektion und Hautseneszenz sowie wertvolle Impulse für laufende Forschungsprojekte. Das Programm wird auch im folgenden Jahr fortgesetzt.

Im Jahr 2025 haben wir zudem eine Forschungsallianz mit dem **Helmholtz-Institut für Pharmazeutische Forschung Saarland (HIPS)** und dem **PharmaScienceHub Saarland (PSH)** abgeschlossen. Ziel der Kooperation ist es, natürliche bioaktive Substanzen aus dem Hautmikrobiom zu identifizieren, die eine zentrale Rolle für die Hautpflege spielen. Im Fokus stehen sogenannte „skin's own“ Wirkstoffe – also Moleküle, die von der Hautmikrobiota selbst produziert werden und das Potenzial haben, als innovative kosmetische Inhaltsstoffe eingesetzt zu werden. Die Zusammenarbeit verbindet Mikrobiomforschung, Bioinformatik und Naturstoffforschung mit translationaler Kosmetikforschung – ein interdisziplinärer Ansatz, der unser Verständnis gesunder Haut auf molekularer Ebene erweitern und unsere Innovationskraft im Bereich der Hautpflege gezielt stärken soll.

Im Bereich Life Science haben wir im Berichtsjahr unsere Expertise in mitochondrialer Gesundheit, einem bedeutenden Feld der Anti-Aging-Forschung, weiter vertieft. Gemeinsam mit dem US-amerikanischen Unternehmen **Vincere Biosciences** aus Cambridge, Massachusetts, erforschen wir seit Mai 2025 die Wiederherstellung bzw. Reaktivierung der Mitophagie, einem natürlichen Zellprozess, bei dem beschädigte Mitochondrien in Zellen abgebaut werden. Beiersdorf bringt in diese Partnerschaft die langjährige Erfahrung in der Forschung zu Coenzym Q10 ein, ein körpereigenes Molekül und Antioxidans, das für die Vitalität der Zellen und die Gesundheit der Mitochondrien von entscheidender Bedeutung ist und das wir im Jahr 1998 erstmals in Hautpflegeprodukte eingeführt haben. Die Partnerschaft ist Teil unserer langfristigen Innovationsstrategie und zielt darauf ab, neue Regulationsmechanismen in der Hautbiologie zu erforschen, die für die Entwicklung kosmetischer Lösungen relevant sind. Neben der wissenschaftlichen Zusammenarbeit haben wir uns bei Vincere Biosciences auch als strategischer Investor engagiert, um die gemeinsame Forschung langfristig zu stärken.

Eine weitere Partnerschaft haben wir im Berichtsjahr mit dem Schweizer Biotech-Start-up **Cellvie** etabliert. Gemeinsam untersuchen wir das Potenzial bzw. die Rolle isolierter Mitochondrien zur Verbesserung der Hautvitalität und der allgemeinen Gewebegesundheit. Ziel dieser Zusammenarbeit ist es, die umfassende Rolle von Mitochondrien im Alterungsprozess zu entschlüsseln und damit die Grundlage für Hautpflege- und Gesundheitslösungen der nächsten Generation zu schaffen – insbesondere im Bereich Zellverjüngung. Unsere Investition in Cellvie über unsere Oscar & Paul

Corporate Venture Capital Unit unterstreicht unser Vertrauen in das Zukunftspotenzial zellulärer Regeneration und Langlebigkeit.

Unsere Partnerschaft mit dem britischen Cleantech-Start-up **ReVentas** ist ein bedeutender Schritt, um den Kunststoffkreislauf zu schließen. ReVentas entwickelt ein neuartiges physikalisches Verfahren zur Wiederverwertung von Polyolefin-Kunststoffen. Das sind Verpackungsmaterialien, die bislang als besonders schwer recycelbar galten. Durch die Investition über unsere Oscar & Paul Corporate Venture Capital Unit fördern wir skalierbare Lösungen, die uns unseren Nachhaltigkeitszielen näherbringen.

Über ein Investment ist das schwedische Biotech-Unternehmen **Melt&Marble** wollen wir uns langfristig in die Lage versetzen, unseren Palmölverbrauch zu reduzieren und so unser Engagement für verantwortungsvolle Beschaffung zu stärken. Ihr modernes, fermentatives Verfahren ermöglicht es, natürliche Öle und Fette in Lebensmittelqualität effizient und in großem Maßstab herzustellen – eine nachhaltige und effiziente Alternative zu herkömmlichen Rohstoffen.

Ein weiterer wichtiger Impulsgeber für unsere Innovationsstrategie und Zukunftsforschung ist die seit September 2024 bestehende Beteiligung an der **Foresight Academy**, einer von Audi initiierten, branchenübergreifenden Plattform für Zukunftsforschung. Gemeinsam mit Unternehmen wie Bosch, IKEA und SAP tauschen wir uns zu zentralen Zukunftsthemen inklusive gesellschaftlicher und technologischer Entwicklungen aus. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie wir in zehn Jahren leben wollen. Ergänzend dazu beleuchten wir fünf zentrale Themenfelder: „Gesundheit & Langlebigkeit“, „Stadt der Zukunft“, „Künstliche Intelligenz“, „The Next Billion Middle-Class Consumer“ und „Alternative Futures“. Diese Schwerpunkte helfen uns, relevante Entwicklungen auch außerhalb unserer eigenen Branche besser zu verstehen und deren mögliche Auswirkungen auf unser Geschäft frühzeitig zu erkennen. Wir bringen unsere Expertise in Hautpflege, Gesundheit und Handel aktiv in die Zusammenarbeit ein. Dazu gehören internationale Studien, unter anderem mit über 8.500 Befragten in 14 Ländern sowie Interviews mit sogenannten Trend Receivern – Personen, die besonders sensibel auf gesellschaftliche und technologische Veränderungen reagieren. Durch den Austausch von Fragestellungen, Strategien und Forschungserkenntnissen gewinnen wir wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung unserer eigenen Zukunfts- und Innovationsarbeit.

Globales Forschungsnetzwerk

Wir sind davon überzeugt, dass die globale Präsenz unserer Forschung und Entwicklung ein zentraler Erfolgsfaktor für unser Unternehmen ist. Das weltweite Netzwerk ermöglicht uns, gezielt unterschiedliche Forschungsschwerpunkte zu setzen und im kontinuierlichen, engen Austausch voneinander zu lernen. Gleichzeitig bringt uns die Präsenz an verschiedenen Standorten näher an die lokalen und regionalen Bedürfnisse unserer Konsument*innen. Im Mittelpunkt unserer verbraucherzentrierten Innovationsarbeit steht die „Jobs-to-be-Done“-Methode. Sie richtet den Blick nicht nur auf Bedürfnisse, sondern auf konkrete Aufgaben („Jobs“), die unsere Konsument*innen mit Blick auf ihre Haut durch unsere Produkte gelöst sehen möchten.

Der größte Standort unseres globalen Forschungs- und Entwicklungsnetzwerks ist unser **Hautforschungszentrum in Hamburg**. Zum 31. Dezember 2025 waren dort 885 Mitarbeitende beschäftigt (Vorjahr: 824). Der Fokus liegt hier auf anwendungsorientierter Forschung mit dem Ziel, die biologischen Prozesse der Haut noch besser zu verstehen. Gleichzeitig erfolgt hier der größte Teil unserer Produktentwicklung: Aufbauend auf unseren Forschungserkenntnissen entwickeln wir hier mithilfe modernster Technologien wie künstlicher Intelligenz innovative und bedarfsgerechte Lösungen – stets mit Blick auf Nachhaltigkeit in Rezeptur und Verpackung.

Im Juni 2025 haben wir – ergänzend zu unserem bestehenden Hautforschungszentrum – den Grundstein für unser neues **Innovationszentrum** auf dem Beiersdorf Campus in Hamburg gelegt – ein zentraler Meilenstein in der Umsetzung unserer „Win with Care“-Strategie. Mit einer Investition von

139 Mio. € entsteht bis 2028 ein Ort, an dem Ideen wachsen, Technologien reifen und Zukunft beginnt. Mit dieser Investition stärken wir unsere globale Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit. Auf rund 14.000 m² hochflexibler Labor-, Produktions- und Technologief Flächen vereinen wir künftig Kolleg*innen unterschiedlicher Disziplinen – Forschung & Entwicklung, Supply Chain, Marketing und Vertrieb – unter einem Dach. Die enge Zusammenarbeit entlang der gesamten Innovationskette – von der Idee bis zum fertigen Produkt – ermöglicht schnellere Marktreife, effizientere Prozesse und stärkere Synergien. Mithilfe von künstlicher Intelligenz und digitalisierten Abläufen wollen wir künftig im neuen Innovationszentrum Entwicklungszyklen verkürzen und die Vorhersagbarkeit von Ergebnissen verbessern. Die integrierte Pilotanlage erlaubt uns die Produktion von Kleinserien und Testmustern direkt vor Ort – für schnelleres Feedback, effizientere Ressourcennutzung und beschleunigte Innovationsprozesse. Das Innovationszentrum wird zudem als dynamische Drehscheibe dienen, die Forschung und Großproduktion miteinander verbindet und Erkenntnisse aus der Produktion in künftige Innovationen einfließen lässt. Weiterhin soll der neue Standort für offene, agile und interdisziplinäre Zusammenarbeit stehen: Wissenschaft trifft auf Produktentwicklung, Start-ups auf Industrie, Universitäten auf Labore. Auf diese Weise wollen wir verschiedene Disziplinen und Denkweisen, aber auch Vordenker*innen und Talente aus aller Welt anziehen und gemeinsam die Hautpflege von morgen gestalten. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf transformativen Innovationsfeldern wie nachhaltigen Rohstoffen, neuen Verpackungslösungen sowie der Verbindung von Hautpflege und Biowissenschaften. Auch ökologisch wollen wir mit dem neuen Innovationszentrum Maßstäbe setzen: Gründach, Photovoltaik und Geothermie sorgen für höchste Energieeffizienz und leisten einen Beitrag zur CO₂-Reduktion.

Das **Beiersdorf Study Center** ist ein zentraler Bestandteil unseres Hautforschungszentrums in Hamburg und spielt eine entscheidende Rolle bei der Qualitätssicherung unserer Produkte. Ergänzend zu externen Prüfungen vor jeder Markteinführung gewährleisten wir hier, dass jedes neue Produkt unseren hohen Anforderungen an Qualität, Sicherheit, Verträglichkeit und Verbraucherorientierung entspricht. Auf rund 1.800 m² Fläche stehen dem Study Center über 30 Studienräume zur Verfügung – darunter spezialisierte Testumgebungen wie die sogenannten „Hot Rooms“, in denen die Wirksamkeit von Deodorants unter extremen Bedingungen geprüft wird. Im „Black Room“ erfassen wir ultraschwache Photonenemissionen, während wir mit Lasermikroskopie die Wirkung hautglättender Formulierungen analysieren. Eine hochmoderne Klimatechnik ermöglicht es uns zudem, Temperatur, Luftfeuchtigkeit und Sonneneinstrahlung präzise zu simulieren – für realitätsnahe und belastbare Ergebnisse. Im Berichtszeitraum wurden im Hamburger Beiersdorf Study Center rund 325 Studien mit etwa 7.100 Teilnehmenden durchgeführt (Vorjahr: ca. 500 Studien mit rund 10.200 Teilnehmenden). Im Unterschied zum Vorjahr fiel damit die Zahl der intern durchgeführten Studien zwar geringer aus, dafür lag der Fokus auf komplexeren Studiendesigns mit längerer Laufzeit. Zusätzlich haben wir weltweit 1.610 externe Studien mit etwa 90.000 Teilnehmenden realisiert (Vorjahr: ca. 1.420 Studien mit rund 40.600 Teilnehmenden). Die höhere Anzahl der Teilnehmenden ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass noch mehr Phototypen berücksichtigt wurden.

Ergänzend zu unserem international führenden Hautforschungszentrum in Hamburg umfasst unser globales Forschungs- und Entwicklungsnetzwerk zwei weitere große Innovationszentren in Shanghai (China) und New Jersey (USA) sowie **Entwicklungslabore in Brasilien, Indien und Japan**. Diese weltweite Aufstellung ermöglicht es uns, regionale kulturelle, ästhetische und klimatische Besonderheiten gezielt zu berücksichtigen und Produkte zu entwickeln, die den lokalen Bedürfnissen und Präferenzen entsprechen. Zugleich stärkt das Netzwerk unsere Präsenz im globalen Innovationsgeschehen und ermöglicht den Zugang zu hochqualifizierten Talenten, deren Expertise und Impulse unsere Forschungs- und Entwicklungsarbeit bereichern.

Unser **Innovationszentrum in Shanghai, China**, das im Juli 2020 eröffnet wurde, ist mit rund 7.500 m² Fläche und etwa 80 Mitarbeitenden unser zweitgrößter Forschungsstandort weltweit. Hier bündeln wir unsere Expertise für die Entwicklung von Premium-Gesichtspflegeprodukten und umweltfreundlichen,

leistungsstarken Formulierungen, die gezielt auf die Bedürfnisse asiatischer Konsument*innen abgestimmt sind. Darüber hinaus stellen wir an diesem Standort, wie auch an allen anderen Entwicklungsstandorten, die Beschleunigung der Entwicklungsprozesse durch Digitalisierung und KI in den Fokus. Im Berichtsjahr 2025 konnten wir unsere Innovationsstrategie für China entscheidend vorantreiben und damit auf einem wichtigen Meilenstein aus dem Vorjahr aufbauen: der erfolgreichen regulatorischen Registrierung unseres patentierten Wirkstoffs Thiamidol® im Jahr 2024. Dies ermöglichte es uns, erstmals lokal entwickelte Thiamidol®-haltige Produkte auf dem chinesischen Markt zu launchen – ein strategisch bedeutender Schritt in einem der dynamischsten Wachstumsmärkte weltweit. Details zu den lokalen Innovationen sind im Unterkapitel „[Produkt-Highlights](#)“ zu finden. Ein besonderer Schwerpunkt unserer Innovationsarbeit im Forschungszentrum Shanghai lag im Geschäftsjahr 2025 zudem auf der digitalen Analyse und datenbasierten Produktentwicklung. Mit „HawkEye“, unserer KI-gestützten Plattform zur Auswertung von Konsument*innen-Insights und Hautbedürfnissen, haben wir an diesem Standort die Grundlage für lokal angepasste Lösungen geschaffen – mehr dazu im Abschnitt „[Digitalisierung und künstliche Intelligenz](#)“. Auch der fachliche Austausch mit externen Expert*innen war im Jahr 2025 ein zentraler Bestandteil unserer Innovationsarbeit in Shanghai: Im dritten Quartal veranstaltete das Team in Zusammenarbeit mit der Nature Publishing Group ein wissenschaftliches Symposium zum Thema Hautpigmentierung und der Rolle von menschlicher Tyrosinase. Ziel war es, unsere regionale Positionierung als führender Innovator im Bereich Hyperpigmentierung zu stärken und die wissenschaftliche Basis hinter Thiamidol® hervorzuheben. Führende Expert*innen aus China und Deutschland diskutierten aktuelle Erkenntnisse aus der Hautforschung und Dermatologie. Das Symposium diente zugleich dazu, unseren chinesischen Markennamen von Thiamidol® offiziell vorzustellen: 提安明多® (Tí Ān Míng Duō). Mit unserem Standort in Shanghai stärken wir nicht nur unsere Innovationskraft in Asien, sondern leisten einen wichtigen Beitrag zur globalen Umsetzung unserer „Win with Care“-Strategie.

Unser im Jahr 2022 eröffnetes **Innovationszentrum** in Florham Park, **New Jersey, USA**, ist ein weiterer integraler Bestandteil unserer globalen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Mit einem Schwerpunkt auf lokal ausgerichteter Produktentwicklung und klinischer Forschung leisten wir dort einen Beitrag zur Weiterentwicklung dermokosmetischer Lösungen für die Marken Eucerin und Aquaphor sowie zu Sonnenschutzprodukten, die unter den Marken Coppertone und Eucerin Sun ohne ärztliche Verschreibung erhältlich sind (OTC – „Over-the-Counter“). Mit 54 Mitarbeitenden und einer Fläche von 32.000 m² vereint der Standort modernste Laborinfrastruktur, GMP-konforme Entwicklungseinheiten (Good Manufacturing Practice, GMP) und kollaborative Arbeitsbereiche – darunter auch ein Sensorikraum für Konsument*innenpanels. Darüber hinaus steht das Zentrum für umfassende Formulierungskompetenz. Im Berichtsjahr lag ein Fokus auf der Entwicklung neuer Texturen, die besonders leicht, transparent und angenehm in der Anwendung sind. Ein Beispiel dafür ist die Entwicklung des Produkts Eucerin Advanced Hydration SPF 50 Sunscreen, das fünf AOX Shield-Antioxidantien mit feuchtigkeitsspendenden Inhaltsstoffen wie Hyaluronsäure kombiniert. Die Formulierung bietet Schutz vor UVA-/UVB-Strahlen und freien Radikalen, ist hypoallergen und eignet sich für die tägliche Anwendung für alle Hauttypen – auch unter Make-up. Darüber hinaus haben wir im Januar 2025 die Eucerin Radiant Tone Kollektion in den USA eingeführt. Die fünf Produkte der Pflegelinie enthalten unseren Pflegewirkstoff Thiamidol® und wurden speziell zur Verbesserung der Hautausstrahlung und zur Reduktion von Pigmentflecken formuliert – mehr dazu im Abschnitt „[Produkt-Highlights](#)“. Zur Unterstützung der Markteinführung hat das Team eine zwölfwöchige klinische Studie durchgeführt, bei der in New Jersey entwickelte, bildgebende Verfahren zum Einsatz kamen, um Veränderungen in Ebenmäßigkeit, Ausstrahlung und Glanz der Haut zu quantifizieren. Die Ergebnisse zeigten nach acht und zwölf Wochen statistisch signifikante Verbesserungen über alle Gruppen hinweg – und bestätigten die Sicherheit, Verträglichkeit und Wirksamkeit der Produkte. Die Produktlinie wurde im März auf dem Kongress der American Academy of Dermatology vorgestellt. Die Einführung in den US-Markt stellt einen strategischen Schritt zur Stärkung unserer Position im Bereich Dermokosmetik dar. Ergänzend dazu haben wir im Berichtsjahr – in enger Zusammenarbeit mit den weiteren Innovationszentren – die Nutzung KI-gestützter Tools und biomedizinischer Messtechnologien am

Standort Florham Park weiter vorangetrieben. Diese Ansätze unterstützen sowohl die Weiterentwicklung unserer Formulierungen als auch die Validierung wissenschaftlicher Aussagen – und stellen sicher, dass unsere Konsument*innen von modernster Forschung und hochwertiger Hautpflege profitieren. Zudem stärken wir mit diesem Engagement unsere Innovationskraft in Nordamerika und leisten einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung unserer globalen F&E- und Innovationsstrategie.

Unser **Innovationszentrum in Mumbai, Indien**, ist mit rund 1.600 m² Fläche und 38 Mitarbeitenden ein weiterer wichtiger Bestandteil unseres globalen Forschungsnetzwerks. Der Standort hat sich als Kompetenzzentrum für Körperpflegeprodukte, NIVEA Baby sowie melaninreiche Haut etabliert und bündelt unsere wissenschaftliche Expertise zur Entwicklung maßgeschneiderter Hautpflegeprodukte für diverse Hauttypen. Im Berichtsjahr erzielte das Team – in enger Zusammenarbeit mit den Teams in Hamburg und den USA – bedeutende Fortschritte bei der Erforschung der Wirkung von sichtbarem Licht auf melaninreiche Haut. Dabei gelang die Identifizierung spezifischer Technologien, darunter Inhaltsstoffe, die die unmittelbaren Effekte von Sonnenexposition reduzieren können und derzeit von herkömmlichen Technologien nicht abgedeckt werden. Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage für die Entwicklung neuer Produktlösungen, die nicht nur das Hautfarbmanagement unterstützen, sondern auch die Akzeptanz von Sonnenschutzprodukten bei melaninreichen Konsument*innen weltweit verbessern. Teile dieser Forschung wurden bereits auf einer internationalen wissenschaftlichen Konferenz in Amsterdam präsentiert. Ergänzend dazu führte das indische Team mehr als 50 Studien mit rund 1.800 Proband*innen durch. Diese lieferten wertvolle Erkenntnisse für neue Produktideen und Claims – und trugen zugleich dazu bei, die Bedürfnisse unserer Verbraucher*innen noch gezielter in die Entwicklung einfließen zu lassen. Darüber hinaus etablierten wir an unserem Standort in Indien im Berichtsjahr neue Testmethoden, darunter neue Verfahren zur Untersuchung der Auswirkungen von Sonnenlicht sowie die Nutzung eines Tropicariums zur Simulation heißer und feuchter Bedingungen. Ergänzt wurde dies durch den Aufbau eines externen Sensorikpanels vor Ort. Parallel dazu haben wir die Digitalisierung unserer Entwicklungsprozesse weiter vorangetrieben – unter anderem durch den Einsatz KI-gestützter Tools wie dem auf generativer KI-basierten Laborassistenten B.Essence und der Plattform Uncountable, mit denen Formulierungen schneller entwickelt und Daten effizienter verarbeitet werden konnten. Das Team integrierte erfolgreich regional bezogenen, recycelten Kunststoff in das lokale Duschsortiment und unterstützte damit die Nachhaltigkeitsziele von Beiersdorf. Ein weiterer Meilenstein war die erfolgreiche Zertifizierung unseres indischen Labors als „Green Lab“ mit einem Ergebnis von 92 %. Darüber hinaus haben unsere Kolleg*innen mehrere bedeutende Produktinnovationen entwickelt (zusammengefasst im Abschnitt „[Produkt-Highlights](#)“).

Unser **Forschungs- und Entwicklungsstandort in São Paulo, Brasilien**, leistete im Geschäftsjahr 2025 einen bedeutenden Beitrag zur globalen Innovationsagenda von Beiersdorf. Als strategisches Satellitenzentrum unseres Hautforschungszentrums in Hamburg konzentrierte sich das 23-köpfige Team auf die Entwicklung innovativer Deodorant- und Seifenprodukte, die unser weltweites Hautpflegeportfolio im Bereich Personal Care erweitern. Im Mittelpunkt stand unter anderem die neu eingeführte Derma Control Deodorant-Range von NIVEA und NIVEA MEN. Die wachsende Nachfrage nach Deodorants mit zusätzlichen Pflegevorteilen führte im Berichtsjahr ebenfalls zur gezielten Weiterentwicklung bestehender Deo-Formulierungen. Neue Wirkstoffkonzepte – etwa mit Hyaluronsäure und vitaminbasierten Aktivstoffen – steigerten die Pflege- und Schutzleistung deutlich. Gleichzeitig arbeitete das Team in São Paulo an der Entwicklung neuer aktiver Inhaltsstoffe, die sowohl die Wirksamkeit als auch das sensorische Erlebnis unserer Produkte verbessern. Um das zukünftige Wachstum zu unterstützen und unsere Innovationskraft weiter zu stärken, investieren wir gezielt in den Ausbau des Standorts. Im Jahr 2026 erweitern wir die Labor- und Büroräume in São Paulo auf etwa 600 m² – und schaffen damit die Voraussetzungen, um der steigenden Nachfrage nach Personal-Care-Innovationen gerecht zu werden und unsere Entwicklungskapazitäten nachhaltig auszubauen. Weitere Details zu den im Jahr 2025 in Brasilien entwickelten Produktneuheiten – darunter die Derma Control Linie und eine innovative Seifenreihe – finden sich im Abschnitt „[Produkt-Highlights](#)“.

Digitalisierung und künstliche Intelligenz

Digitale Technologien und künstliche Intelligenz (KI) sind zentrale Treiber unserer Innovationsarbeit. Sie ermöglichen es uns, Prozesse fortlaufend zu optimieren und Hautpflege neu zu denken – mit dem Ziel, immer schneller noch wirksamere und nachhaltigere Formeln zu entwickeln. Doch nicht nur unsere Rezepturen profitieren von diesem Fortschritt: Auch bei der Entwicklung neuartiger Verpackungslösungen spielen zukunftsweisende Technologien eine entscheidende Rolle. Mit diesem Engagement bauen wir unsere Position als einer der führenden Innovatoren der Branche kontinuierlich aus. Damit wir die Potenziale digitaler Prozesse noch gezielter nutzen können, passen wir unsere F&E-Technologiestrategie fortlaufend an die sich rasant entwickelnde technologische Landschaft an – und stärken so unsere Innovationskraft nachhaltig, ganz im Sinne unserer „Win with Care“-Strategie.

Mit unserem fortlaufenden **„Future Lab“**-Programm treiben wir die Integration von KI in der Formelentwicklung kontinuierlich voran. Ein entscheidendes Ziel dabei: Wir wollen Produkte entwickeln, die – bei gleichbleibend hoher Wirksamkeit und Qualität – noch nachhaltiger sind. Im Jahr 2025 haben wir neue Entwicklungs- und Testmethoden evaluiert, pilotiert und bereits mit ihrer Implementierung begonnen. Sie helfen uns, Wirkstoffkombinationen gezielt zu optimieren und die Wirkung einzelner Inhaltsstoffe besser zu verstehen. So stellen wir sicher, dass unsere Formulierungen genau die Vorteile bieten, die unsere Verbraucher*innen suchen – sei es bezüglich der Feuchtigkeitsversorgung, der Anti-Aging-Effekte, der Unterstützung der Hautbarriere oder der Kombination besonders nachhaltiger Wirkstoffe. Gleichzeitig stärken wir damit unsere wissenschaftliche Expertise.

Bereits 2024 haben wir im Rahmen unseres **„Future Testing“** im Hamburger Study Center unsere KI-gesteuerte Faltenanalyse wrinkle.ai als standardisiertes Testverfahren etabliert. Die Software analysiert automatisch alle Falten im Augenwinkelbereich dreidimensional auf Basis von 3,4 Mio. gemessenen Topografiedatenpunkten. Das Tool erlaubt zudem eine präzise Analyse individueller Hautmerkmale und bildet eine fundierte Basis für die Bewertung und Optimierung neuer Produktformulierungen. Ein entscheidender Vorteil: wrinkle.ai reduziert die Zeit für die Bildanalyse signifikant und steigert damit die Effizienz in der Studiauswertung. Der zugrunde liegende, intern entwickelte KI-Algorithmus verarbeitet umfassende Studiendaten selbstständig und liefert relevante Erkenntnisse für Wirksamkeitsnachweise. Projekte aus dem Berichtsjahr waren unter anderem Studien für Eucerin Epicelline® sowie Belege über die Wirksamkeit des NIVEA CELLULAR Epigenetics Verjüngendes Serums. Ergänzend dazu haben wir die UV-Kamera-Technologie weiterentwickelt und im Berichtsjahr an verschiedenen Touchpoints eingesetzt – unter anderem am Point of Sale in dm-Märkten und bei Events. Sie hilft dabei, die richtige Anwendung von Sonnenschutzprodukten sichtbar zu machen und unterstützt gleichzeitig die wissenschaftliche Bewertung versteckter Hautareale, wie beispielsweise noch nicht sichtbare Pigmentflecken. In Zusammenarbeit mit unserem Medical Management Team von Eucerin konnten wir so zusätzliche Claims hinsichtlich der Wirksamkeit unserer Thiamidol®-Produkte validieren.

Ein prominentes Beispiel auf dem Feld der Digitalisierung ist unsere globale, KI-gestützte **Hautforschungsstudie SKINLY**, die wir seit 2019 kontinuierlich ausbauen. Sie hat sich seither zu einer leistungsstarken Plattform für das Verständnis von gesund aussehender Haut und ihrer Einflussfaktoren entwickelt – unterstützt durch das Engagement zahlreicher Verbraucher*innen weltweit. Im Zentrum von SKINLY steht ein hochmodernes digitales, bildgebendes Messsystem mit drei Lichtquellen, das in Kombination mit einer eigens dafür konzipierten App genutzt wird. Teilnehmende erfassen damit bis zu zweimal täglich über 80 Parameter – von Hautalter und Faltenausprägung über Hutton, Teint und Unreinheiten bis hin zu Lebensstilfaktoren, Informationen zu Pflegeroutinen und äußeren Umwelteinflüssen. Zur Auswertung setzen wir auf modernste generative KI-Technologien (GenAI), die die Entwicklung neuer Parameter beschleunigen und tiefere analytische Einblicke innerhalb der SKINLY-Plattform ermöglichen. Die über die Studie generierten Daten liefern unseren Teams wertvolle Erkenntnisse zu den Bedürfnissen der Verbraucher*innen sowie zum Verhalten der Haut – und bildet

damit eine direkte Grundlage für zukünftige Produktinnovationen. Mit jeder neuen Dateneingabe lernt das SKINLY-Ökosystem weiter dazu: Die KI-gestützten Machine-Learning-Algorithmen verfeinern kontinuierlich ihr Verständnis von Hautbildern und verwandeln Rohdaten in verwertbare Erkenntnisse für Forschung, Entwicklung und Marketing. Bis Ende 2025 haben über 22.000 Teilnehmende – im Alter von 18 bis über 80 Jahre – in mehr als 60 Ländern an der Studie mitgewirkt. Insgesamt wurden so rund eine Milliarde Datensätze und über 140 Mio. hochauflösende Hautbilder gespeichert und analysiert. Zusätzlich zur Hauptstudie fand SKINLY im Geschäftsjahr 2025 in zwei weiteren relevanten Untersuchungen Anwendung. Die erste Studie konzentrierte sich auf die Wirksamkeit der Eucerin® UreaRepair 10 % Lotion bei Personen mit Xerosis cutis (trockener Haut). 350 Teilnehmende dokumentierten ihre Hautveränderungen über einen Zeitraum von acht Wochen und zeigten unter realen Alltagsbedingungen messbare Verbesserungen in Feuchtigkeitsgehalt, Hauttextur und Hautrötung. In einer zweiten Studie – der Eucerin Atopi/SKINLY-Studie – wurde das Beiersdorf-eigene digitale SKINLY-Messgerät eingesetzt, um den Hautpflegezustand bei Neurodermitis (atopische Dermatitis) über längere Zeiträume direkt von zu Hause zu beobachten. Besonders spannend: In einer Teilstudie verwendeten 150 Betroffene den Eucerin AtopiControl Balsam mit entzündungshemmenden Wirkstoffen. Das Ergebnis zeigte eine deutliche Linderung von Juckreiz und Spannungsgefühl sowie einen reduzierten Bedarf an kortisonhaltigen Präparaten. Diese Ergebnisse unterstreichen, wie digitale Tools wie SKINLY dazu beitragen können, die Hautpflege bei chronischen Hautindikationen besser zu verstehen, ihre Verläufe präziser zu dokumentieren und Erfolge objektiv messbar zu machen.

Ein weiterer Schwerpunkt unserer KI-Arbeit lag im Geschäftsjahr 2025 im Innovationszentrum Shanghai. Dort haben wir mit HawkEye eine leistungsstarke, KI-gestützte Plattform entwickelt, die Konsument*innen-Insights aus führenden chinesischen E-Commerce-Kanälen wie Tmall und JD.com sowie aus sozialen Medien wie RED systematisch erfasst und auswertet. HawkEye unterstützt unsere Teams in Forschung & Entwicklung sowie Marketing dabei, fundierte Entscheidungen zu treffen – sowohl bei der Entwicklung neuer Produkte als auch beim Tracking ihrer Performance nach dem Launch. Darüber hinaus ermöglicht die Plattform die präzise Analyse von Hautbildern und Pflegebedürfnissen, wodurch wir regionale Unterschiede besser verstehen und maßgeschneiderte Lösungen entwickeln können. Eine internationale Version befindet sich derzeit in der Entwicklung, um unsere digitale Innovationskraft weltweit zu stärken.

Produkt-Highlights⁶

Unser Anspruch ist es, wirkungsvolle und nachhaltige Hautpflegeinnovationen zu schaffen, die das Leben der Menschen bereichern. Dafür erweitern wir kontinuierlich unser Wissen über die Haut und entwickeln auf dieser Basis neue Produkte für alle unsere Marken – mit dem Ziel, Hautpflege auf ein neues Niveau zu heben. Unsere ausgeprägte Innovationskultur sorgt dafür, dass unsere Pipeline Jahr für Jahr gut gefüllt ist. Dabei verstehen wir Innovation nicht nur als neue kosmetische Formulierungen, sondern auch als Fortschritte in Verpackungstechnologie, Nachhaltigkeit und digitalen Anwendungen.

Im Geschäftsjahr 2025 haben wir gezeigt, wie wir im Rahmen unserer Unternehmensstrategie „Win with Care“ wirksame Pflege in jede Produktkategorie bringen und alltägliche Routinen in ganzheitliche Hautpflege verwandeln. Die folgende Übersicht stellt eine Auswahl der wichtigsten Produktneuheiten des Berichtsjahres vor.

- Mit dem Launch von **NIVEA CELLULAR Epigenetics Verjüngendes Serum** haben wir im Berichtsjahr einen bedeutenden Schritt in der Anti-Aging-Pflege im globalen Massenmarkt gemacht. Als erstes epigenetisches Serum von NIVEA kombiniert es drei Arten von Hyaluronsäure mit dem innovativen Wirkstoff Epicelline®, der das Hautalter zurücksetzt und die Longevity der Hautzellen aktiviert – bestätigt durch unsere patentierte Age Clock Technology®. Das Produkt unterstützt Konsument*innen dabei, äußere Altersfaktoren wie UV-Strahlung und Stress gezielt zu

⁶ Dieser Abschnitt ist ein ungeprüfter Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

bekämpfen und jugendliche Hautfunktionen wiederherzustellen. Der globale Roll-out startete in Spanien und erreichte bis Jahresende mehr als 30 Länder.

- Mit der Einführung unserer neuen Produktlinie **Derma Control** unter den Marken **NIVEA** und **NIVEA MEN** haben wir unsere Hautpflegekompetenz erfolgreich in die Kategorie Personal Care übertragen. Die Produktlinie wurde an unserem Forschungs- und Entwicklungsstandort in Brasilien entwickelt, mit dem Ziel, Pflege, Wirksamkeit und Schutz auf höchstem Niveau zu vereinen. Die Formeln enthalten pures Hyaluron sowie die Vitamine B5, C und E, die die Haut stärken, Irritationen vorbeugen und ein gesundes Hautgefühl fördern. Alle Antitranspirante bieten 72 Stunden Schutz vor Schweiß und Geruch und pflegen gleichzeitig empfindliche Achselhaut. Die Duschgele reinigen besonders sanft und unterstützen die Hautbarriere – für ein rundum gepflegtes Duscherlebnis. Mit drei maßgeschneiderten Varianten – Defend, Restore & Sensitive und Natural Tone – konnten wir gezielt auf unterschiedliche Hautbedürfnisse eingehen.
- Mit dem Relaunch unserer größten **NIVEA SUN Produktserie**, der NIVEA Sun Schutz und Pflege, haben wir im Berichtsjahr eine neue Generation des Sonnenschutzes eingeführt. Die überarbeiteten Schutz- und Pflegeprodukte wurden in über 50 Märkten gelauncht und basieren auf der innovativen CITRACELL-PROTECT™ Technologie, die über den klassischen Lichtschutzfaktor hinausgeht. Die neue Formel schützt nicht nur vor UVA- und UVB-Strahlen, sondern bietet eine zusätzliche antioxidative Schutzebene innerhalb der Haut. Durch Inhaltsstoffe wie Vitamin C und E wird oxidativer Stress reduziert und die Haut gepflegt. Die schnell einziehende, nicht fettende Textur hinterlässt keine Rückstände und verbessert das Anwendungserlebnis deutlich – ein entscheidender Faktor für die regelmäßige Nutzung. Zusätzlich sorgt Hyaluronsäure für eine optimale Feuchtigkeitsversorgung und ein angenehmes Hautgefühl.
- Ergänzend dazu haben wir 2025 unter NIVEA SUN weitere Produktinnovationen auf den Markt gebracht und zugleich neue Maßstäbe in der täglichen Sonnenpflege gesetzt. Unser Ziel: UV-Schutz, der sich mühelos in die Hautpflegeroutine integrieren lässt und dabei höchsten Ansprüchen an Sensorik und Pflege gerecht wird. Besonders hervorzuheben ist das **NIVEA SUN 2in1 Primer Daily UV Serum LSF 50**, das Sonnenschutz und Gesichtspflege in einem Produkt vereint. Die neue Formel mit zwei Arten von Hyaluron und dem Antioxidant Licochalcone A schützt sofort vor UV-Strahlen, glättet die Haut und schafft die ideale Basis für ein lang anhaltendes Make-up-Finish – perfekt für die tägliche Anwendung und eine vereinfachte Hautpflege-Routine.
- Mit der Einführung zwei neuer Seren, dem **Expert Filler Vitamin C Radiance Renewing Serum** und dem **3-Zonen-Lifting-Serum**, haben wir im Berichtsjahr unser **NIVEA CELLULAR Serum** Angebot erweitert und zugleich das Konzept „safe to layer“ etabliert. Die Serie umfasst nun mehrere hochwirksame Seren, die gezielt auf unterschiedliche Hautbedürfnisse abgestimmt sind und sich durch das Layering-Prinzip klinisch erprobt unbedenklich individuell kombinieren lassen. Durch das schichtweise Auftragen können sich die Wirkstoffe optimal entfalten und die Pflegewirkung wird intensiviert. Die Kollektion beinhaltet unter anderem: ein Vitamin C Serum für mehr Ausstrahlung, ein Bakuchiol Serum mit Anti-Aging-Effekt, ein Hyaluronsäure Serum für intensive Feuchtigkeit, ein Niacinamid Serum zur Verfeinerung des Hautbildes, sowie ein AHA/BHA Serum zur sanften Hauterneuerung. Alle Seren zeichnen sich durch eine leichte Textur aus, die sich angenehm auf der Haut anfühlt und sich problemlos in bestehende Pflegeroutinen integrieren lässt.
- Im März 2025 haben wir zudem die Erfolgsgeschichte von Thiamidol® mit der globalen Einführung der **NIVEA LUMINOUS630® Skin Glow** Serie fortgesetzt. Die neue Linie umfasst zwei Produkte: das **Instant Glow Serum** (in 30 ml und 15 ml) sowie den ersten **Skin Glow Liquid Refiner** von NIVEA. Das Instant Glow Serum kombiniert Thiamidol®, Niacinamide und Aloe Vera und sorgt für einen dreidimensionalen Glow: ebenmäßiger Teint, verfeinerte Poren und intensive

Feuchtigkeit. Ergänzend bietet der Skin Glow Liquid Refiner ein sanftes Peeling mit 4 % AHA, 1 % PHA und Aloe Vera – für glattere, strahlendere Haut. Er wird nach der Reinigung und vor dem Serum angewendet. Mit dieser Serie sprechen wir gezielt junge Konsument*innen an, die ihre Hautpflege auf das nächste Level bringen möchten – für ein sichtbar ebenmäßiges, frisches Hautbild.

- Im Berichtsjahr haben wir erstmals **NIVEA Soft** um eine Variante mit Lichtschutzfaktor erweitert – eine moderne, unkomplizierte Pflegeinnovation für die Bedürfnisse junger Verbraucher*innen im Bereich der Allzweck-Cremes. Die neue Formel kombiniert das beliebte leichte und erfrischende Hautgefühl von NIVEA Soft mit einem täglichen Schutz vor UV-Strahlen durch LSF 15. So helfen wir, sonnenbedingten Hautproblemen wie Pigmentflecken, Trockenheit und Mattheit vorzubeugen – und die Haut zu pflegen. Die neue Formel mit Jojobaöl und Sheabutter spendet 48 Stunden Feuchtigkeit, zieht schnell ein und hinterlässt ein angenehm frisches Gefühl auf der Haut. Der globale Launch startete im Februar 2025 in Indien und wurde im März und April auf Europa und weitere Märkte ausgeweitet.
- Ein besonderes Highlight unseres Anti-Age Portfolios im Jahr 2025 war die Einführung des **Eucerin Hyaluron-Filler +3x Effect Straffendes Serum** im Juni. Die hochkonzentrierte Formel mit 5 % Provitamin B5, Hyaluronsäure und Glycerin polstert Falten auf, strafft die Haut und stärkt die Hautbarriere – für eine sichtbar verbesserte Hautqualität und ein gesundes Hautbild ab der ersten Anwendung. Das Serum ist duftstofffrei und damit besonders geeignet für reife, trockene oder empfindliche Haut.
- Mit dem Relaunch der **Eucerin DERMOPURE CLINICAL Serie** haben wir im Jahr 2025 eine neue Ära in der Pflege von zu Akne neigender Haut eingeläutet. Die Produkte erhielten eine verbesserte Formel – darüber hinaus wurde der Relaunch durch ein neues Design, das auf recycelte oder erneuerbare Verpackungsmaterialien setzt, abgerundet. Mit einer klareren Tonalität und authentischen Bildwelten stärken wir die Positionierung der Serie als dermatologisch empfohlene Lösung für zu Akne neigende Haut. Die Produkte zielen darauf ab, Hautunreinheiten und Pickelmale zu korrigieren und das Hautbild sichtbar zu verbessern – mit dem Anspruch, das persönliche Hautwohlfinden zu unterstützen. Die neue Ausrichtung spricht insbesondere Gen Z und erwachsene Frauen an, die nach wirksamer und glaubwürdiger Pflege für ihre Hautbedürfnisse suchen.
- 2025 haben wir darüber hinaus mit **Eucerin Hydro Protect Ultraleichtes Sun Fluid Tinted LSF 50+** eine neue Generation des Sonnenschutzes eingeführt – sie verbindet gezielt Hautpflege, Sonnenschutz und den Wunsch nach einem ebenmäßigen, gepflegten Hautbild. Die Formel mit AOX SHIELD TECHNOLOGY bietet nicht nur sehr hohen UVB- und UVA-Schutz, sondern schützt auch vor Hautalterung durch energiereiches blaues Licht und stärkt die hauteigene Abwehr gegen oxidativen Stress. Der integrierte Hydro-Technology-Komplex sorgt für sofortige Feuchtigkeit und ein frisches Hautgefühl. Zusätzlich enthält das Produkt Farbpigmente, die für einen ebenmäßigen, strahlenden Teint mit hoher Deckkraft sorgen. Die zwei verfügbaren Nuancen wurden gemeinsam mit Make-up-Artists entwickelt und lassen sich individuell an den Hautton anpassen.
- Im Juni 2025 haben wir unser Engagement für nachhaltigere Hautpflege mit der Einführung von vier neuen **Nachfüllkapseln für Gesichtspflegeprodukte** unter der Marke **Eucerin** weiter vorangetrieben. Aufbauend auf dem ersten Schritt im Jahr 2022, als wir zwei Nachfüllvarianten eingeführt haben, sind nun weitere bewährte Formeln in nachfüllbaren Verpackungen erhältlich. Die neuen Varianten – darunter Hyaluron-Filler + 3x Effect Tagespflege LSF 30, Elasticity Tagespflege LSF 30, Elasticity Nachtpflege und Hyaluron-Filler + Elasticity Rosé Tag LSF 30 – ermöglichen es Verbraucher*innen, den Außentiegel mehrfach zu verwenden und lediglich die innenliegende Kapsel auszutauschen. Dadurch lässt sich im Vergleich zur Originalverpackung bis zu 90 % Plastik einsparen, ohne Kompromisse bei der Produktqualität einzugehen.

- Im Januar 2025 haben wir unter unseren Marken **Hansaplast, Elastoplast und CURITAS** das **Zweite Haut Schutz Pflaster** eingeführt und damit unser Portfolio in der Wundversorgung um eine fortschrittliche Lösung erweitert. Das Pflaster der nächsten Generation ist ultra dünn, flexibel und bietet einen diskreten, komfortablen Schutz – insbesondere für viel bewegte Körperstellen. Durch die Anwendung der Hydrokolloid-Technologie schafft das Pflaster ein feuchtes Wundheilungsmilieu, das eine schnellere Heilung unterstützt. Der 100 % wasserdichte und gleichzeitig atmungsaktive Polyurethan-Träger schützt zuverlässig vor Schmutz und Bakterien; die Hydrokollid-Klebmasse sorgt für einen sicheren Halt von mindestens 72 Stunden.
- Mit dem Relaunch unseres **8X4 Core Portfolios** im Juli 2025 in Deutschland haben wir die Marke gezielt weiterentwickelt und an die Bedürfnisse junger Konsument*innen angepasst. Neben dem neuen Duft Bloomy Beat und zwei exklusiven Influencer-Varianten haben wir Verpackungslösungen mit verbesserter Nachhaltigkeit eingeführt: Die Sprühdose besteht aus 100 % recyceltem Aluminium, der Deckel aus mindestens 96 % recyceltem Polypropylen (ausgenommen der Sprühdüse). Abgerundet wurde das Portfolio durch den Fresh Mind Effect®, der nachweislich die Stimmung hebt und kreatives Denken fördert. Zur Erhöhung der Transparenz gegenüber Verbraucher*innen haben wir die Produkte mit einem 2D-Code ausgestattet, der über einen digitalen Link detaillierte Produktinformationen bereitstellt.
- Neu auf den Markt gebracht haben wir zu Berichtsjahresende zudem **Hidrofugal Forte Extra Trocken**, mit dem wir unser Hidrofugal Sortiment um eine besonders leistungsstarke Antitranspirant-Formel erweitert haben. Die neue Produktlinie, verfügbar als Spray und Roll-on, enthält Tonerde und aktivierte Antitranspirant-Wirkstoffe, die bereits vor der Entstehung von Achselnässe und Körpergeruch wirken. Ziel des Produktes ist es, Menschen auch in körperlich oder emotional herausfordernden Alltagssituationen ein zuverlässiges Gefühl von Trockenheit und Frische zu ermöglichen. Die Wirksamkeit der Formel ist wissenschaftlich belegt; beide Produkte wirken antibakteriell und wurden dermatologisch auf Hautverträglichkeit getestet.
- Im Januar 2025 haben wir das meistverkaufte Serum der Skin Caviar Linie unserer Marke **La Prairie**, das Produkt **Skin Caviar Liquid Lift**, neu aufgelegt. Die überarbeitete Anti-Aging-Formel enthält nun Kaviar-Mikronährstoffe, die den Hautstoffwechsel gezielt unterstützen und eine verstärkte Lifting-Wirkung ermöglichen – für sichtbare Ergebnisse. Falten und Linien erscheinen bei regelmäßiger Anwendung gemildert, die Haut wirkt gestrafft und konturierter. Zusätzlich haben wir ein neues 30-ml-Format eingeführt, das eine praktische Ergänzung für die tägliche Pflegeroutine bietet. Darüber hinaus haben wir im Mai 2025 die La Prairie Skin Caviar Kollektion um die neue **Skin Caviar Hydro Emulsion** ergänzt. Die leichte Fluid-Feuchtigkeitscreme kombiniert Caviar Hydroessence mit unserem Exklusive Cellular Complex™, um der Haut tiefgehende und langanhaltende Feuchtigkeit zu spenden. Feine Linien und Falten werden sichtbar geglättet, die Haut fühlt sich bei täglicher Anwendung fester und geschmeidiger an. Beide neuen Produkte richten sich an anspruchsvolle Verbraucher*innen, die die Vorteile der Skin Caviar Technologie in verbesserten und neuen Pflegeprodukten erleben möchten.
- Darüber hinaus haben wir die La Prairie White Caviar Linie im März 2025 um das neue **White Caviar Light Concentrate** erweitert. Das Konzentrat kombiniert den patentierten Lumidose™-Wirkstoff mit unserem Exklusive Cellular Complex™, um die Hauttextur zu verfeinern und die natürliche Strahlkraft zu fördern. Die Formel sorgt für ein glatteres Hautgefühl und unterstützt bei regelmäßiger Anwendung die Hauterneuerung. Der Teint erscheint ebenmäßiger und erhält einen makellosen Glow. Mit dieser Einführung haben wir Verbraucher*innen aller Altersgruppen erreicht, die Wert auf hochwertige Gesichtspflege und sichtbare Hautverbesserung legen.
- Mit der **Coppertone Every Tone Gesichtspflegekollektion** haben wir im Januar 2025 unsere erste „unsichtbare“ Sonnenschutzlinie für das Gesicht eingeführt. Die Produkte wurden gemeinsam mit Dermatolog*innen entwickelt und bieten einen klinisch nachgewiesenen UVA/UVB-Schutz mit SPF 60+. Die innovative Textur bleibt auf allen Hauttönen transparent und

ermöglicht eine besonders vielseitige Anwendung. Ergänzt wird der Sonnenschutz durch pflegewirksame Formeln, die sich gezielt in unterschiedliche Hautpflegeroutinen integrieren lassen: eine feuchtigkeitsspendende Variante mit Ceramiden, eine Anti-Aging-Formel mit Bakuchiol sowie eine Pflege mit Niacinamid, die die Haut strahlen lässt.

- Mit der **Chantecaille Blanc Peony Kollektion** haben wir im April 2025 eine neue Gesichtspflegeserie unsere Prestige-Marke für natürliche, luxuriöse Hautpflege und dekorative Kosmetik lanciert, die speziell entwickelt wurde, um das Erscheinungsbild von dunklen Flecken und ungleichmäßigem Hutton zu reduzieren. Die Formeln basieren auf einem leistungsstarken Multi-Brightening Complex, der Thiamidol®, weiße Pfingstrose und botanische Peptide kombiniert. Die vollständige Pflegeroutine unterstützt ein sichtbar strahlendes und gleichmäßiges Hautbild. Die Produkte sind frei von Mikroplastik und zyklischen Silikonen und für alle Hauttypen geeignet.
- Im Mai 2025 haben wir zudem mit dem **Rose Makeup Remover** eine neue milde Reinigungslösung unter **Chantecaille** eingeführt. Die sanfte Formel mit pflanzlich basierten Inhaltsstoffen entfernt Make-up effektiv und rückstandslos, ohne die Haut zu reizen. Ringelblumen- und Rosenblütenwasser sorgen für zusätzliche Pflege und ein frisches Hautgefühl.
- Im August 2025 haben wir unser Lippenstift-Sortiment der Marke Chantecaille um zwei innovative Produkte erweitert: die **Chantecaille Lip Crème** und den **Chantecaille Precision Lip Brush**. Die Lip Crème bietet intensive Farbe mit einem glänzend-cremigen Finish und ist im ersten 100 % recycelbaren Aluminiumgehäuse der Marke erhältlich. Das Gehäuse wurde entwickelt, um die Initiative Elephant Family und deren Einsatz für den Schutz asiatischer Elefanten zu unterstützen. Die Formel enthält recycelten Traubentrester-Extrakt und pflegt die Lippen spürbar. Der ergänzende Precision Lip Brush ist ein veganer, einziehbarer Lippenpinsel, der ein präzises Auftragen ermöglicht und die vollständige Nutzung des Produkts unterstützt.

Im Rahmen unserer regionalen Innovationsarbeit haben wir im Berichtsjahr zudem verschiedene lokal relevante Produktentwicklungen erfolgreich in den Markt eingeführt:

- In Asien haben wir unser erfolgreiches **NIVEA LUMINOUS630® Portfolio** um zwei neue Formate erweitert: den **Multi-Brightening Refining Toner** und die **Rebalancing Emulsion**. Aufbauend auf dem Erfolg der bestehenden Serum-Produkte in China, haben wir diese leichteren Texturen eingeführt, um den regionalen Pflegegewohnheiten gerecht zu werden. Beide Produkte enthalten den patentierten Wirkstoff Thiamidol® und unterstützen ein umfassendes Huttonmanagement – von der Reduktion dunkler Flecken bis zur Verbesserung der Hautausstrahlung. Die Produktentwicklung erfolgte in unserem Innovationszentrum in Shanghai, China, das gezielt auf die Bedürfnisse asiatischer Hautpflege-Routinen ausgerichtet ist. Mit dieser Erweiterung haben wir unser Portfolio lokal relevant weiterentwickelt und gleichzeitig unsere globale Hautpflegekompetenz gestärkt.
- Mit dem globalen Relaunch des **Eucerin Spotless Brightening Pro Aesthetic Crystal Booster Serums** haben wir 2025 eine neue Generation der Pigmentpflege eingeführt. Der Launch in China wurde durch klinische Studien mit über 400 Teilnehmenden begleitet. Die neue Formel adressiert verschiedene Phasen der Pigmentbildung und zeigte signifikante Verbesserungen bei Hauthelligkeit und Fleckenreduktion. Die Ergebnisse wurden erstmals auf dem EADV-Kongress (European Academy of Dermatology and Venereology, EADV), einer der führenden wissenschaftlichen Veranstaltungen Europas im Bereich Dermatologie und Venerologie, präsentiert – ein Meilenstein für unsere lokal entwickelte Forschung mit internationaler Relevanz.
- Im ersten Quartal 2025 haben wir in Nordostasien unsere überarbeitete **NIVEA MEN Oil Control Linie** eingeführt. Die neue Formulierung bietet zwölf Stunden Schutz vor fettiger Haut und enthält Arctic Glacier Mud für eine verbesserte Hautreinigung. Neben der verbesserten Rezeptur haben

wir auch neue, kosteneffiziente und umweltfreundliche Cleanser-Formate wie Soap Paste und Soap Gel eingeführt. Diese wurden von unserem Innovationszentrum in Shanghai, China, entwickelt und zeichnen sich durch hohe Schaumbildung und nachhaltige Verpackung aus. Eine Ausweitung auf weitere Wachstumsmärkte ist für 2026 geplant.

- Mit der Einführung der **Eucerin Radiant Tone Kollektion** in den USA im Januar 2025 haben wir unsere Expertise in der dermokosmetischen Hautpflege weiter ausgebaut. Die fünfteilige Produktlinie – bestehend aus Reinigungsgel, Dual-Serum, Tagespflege mit LSF 30, Nachtcreme und Augencreme – enthält den Wirkstoff Thiamidol® und zielt darauf ab, dunkle Flecken sichtbar zu reduzieren und die Strahlkraft der Haut zu verbessern. Zur Unterstützung des Launches führten wir eine zwölfwöchige klinische Studie durch, bei der modernste Bildgebungstechnologien zum Einsatz kamen. Die Ergebnisse bestätigten die Sicherheit, Verträglichkeit und Wirksamkeit der Produkte und zeigten bereits ab Woche 8 signifikante Verbesserungen. Die Kollektion wurde im März auf dem Kongress der American Academy of Dermatology (AAD) vorgestellt.
- Mit der Entwicklung der **Eucerin Advanced Hydration SPF 50 Sunscreen** haben wir eine weitere Innovation auf dem US-amerikanischen Markt gelauncht. Die Formel kombiniert fünf AOX Shield-Antioxidantien mit feuchtigkeitsspendender Hyaluronsäure und bietet zuverlässigen Schutz vor UVA-/UVB-Strahlen sowie freien Radikalen. Dank ihres ultraleichten Finishes eignet sich das Produkt ideal für die tägliche Anwendung – auch unter Make-up und für alle Hauttypen. Die Entwicklung erfolgte in unserem Innovationszentrum in New Jersey, USA.
- In Indien haben wir im Januar 2025 die neue **NIVEA LUMINOUS EVEN GLOW Serie** eingeführt – eine speziell für den lokalen Markt entwickelte Gesichtspflegelinie. Die Produkte basieren auf unserem patentierten Wirkstoff Thiamidol® und wurden aus dem globalen LUMINOUS Sortiment ausgewählt, lokal getestet und validiert. Mit dieser Einführung haben wir gezielt Verbraucher*innen angesprochen, die unter Pigmentflecken und ungleichmäßigem Hautton leiden und sich eine sichtbar strahlendere, ebenmäßige Haut wünschen. Um den Anforderungen des indischen Marktes gerecht zu werden, haben wir die Produktlinie durch leichte Texturen und kosteneffiziente Verpackungen ergänzt. Diese Anpassungen ermöglichen eine wettbewerbsfähige Positionierung im stark fragmentierten Gesichtspflegemarkt. Zusätzlich haben wir Probiergrößen eingeführt, die das Testen des Produkts erleichtern und die Routine für neue Nutzer*innen zugänglich machen. Als erster Markt weltweit haben wir in Indien zudem ein ergänzendes **NIVEA LUMINOUS Face Wash** gelauncht. Mit dieser Erweiterung runden wir die Pflegeroutine ab. Zudem stärken wir unsere Präsenz im Bereich der aufhellenden Gesichtspflege und bieten eine ganzheitliche Lösung für ein ebenmäßiges Hautbild. Die Einführung unterstreicht unsere Strategie, globale Innovationen lokal relevant umzusetzen.
- Im Geschäftsjahr 2025 haben wir an unserem Forschungs- und Entwicklungsstandort in Indien darüber hinaus das **NIVEA Body SUPER 10 Vitamins Serum** weiterentwickelt, um das Wachstum in ASEAN gezielt zu fördern. Die neue Formel mit Niacinamid und Vitamin C reduziert dunkle Flecken und verleiht der Haut innerhalb von fünf Tagen ein sichtbar strahlenderes Aussehen. Ergänzt durch den Pro-Youth-Komplex sorgt sie für ein jugendliches, strafferes und pralleres Hautgefühl. Die Innovation richtet sich gezielt an Verbraucher*innen in Südostasien.
- Ebenfalls an unserem Standort in Indien haben wir im Berichtsjahr eine neue Formel für die **NIVEA Body** Creme im Tiegel entwickelt, die nachweislich 72 Stunden intensive Feuchtigkeit spendet. Neue Claims machen das Produkt für die lokalen Märkte relevanter und steigern seine Wettbewerbsfähigkeit.
- Im Berichtsjahr 2025 haben wir das bisherige Protect & Care Sortiment zum **NIVEA MEN HydroCare Sortiment** repositioniert – eine Entwicklung, die vom indischen F&E-Team vorangetrieben wurde. Die neuen Produkte bieten verbesserte Pflegeeigenschaften in Verpackungen mit hohem Anteil an recyceltem Material. Durch die überarbeitete Formulierung

konnten wir gezielt auf die Bedürfnisse empfindlicher Männerhaut eingehen. Die Produkte wurde insbesondere für Märkte in Asien und Lateinamerika konzipiert.

- Im Jahr 2025 haben wir in unserem Entwicklungslabor in Brasilien zudem eine neue **NIVEA Seifenlinie** entwickelt und auf den Markt gebracht. Sie vereint moderne Pflege mit effektiver Reinigung. Jede Formel wurde so entwickelt, dass sie ein angenehmes Hautgefühl bietet und gleichzeitig mit ansprechenden Düften überzeugt. Die Produkte wurden speziell auf die Bedürfnisse unserer Konsument*innen in der Region abgestimmt und bieten eine attraktive Erweiterung unseres Körperpflegeportfolios. Dabei setzen wir auf Nachhaltigkeit: Die Seifen basieren auf pflanzlichen Inhaltsstoffen und sparen 11,67 kt CO₂e ein. Diese Innovation ist ein weiterer Beleg für unsere Fähigkeit, lokale Insights in erfolgreiche Produktlösungen zu übersetzen.

tesa

Produkt- und Technologie-Entwicklung

Technologie-Entwicklungen für innovative Klebelösungen

Im vergangenen Jahr standen innovative, intelligente und nachhaltigere Technologien mit einem breiten Leistungsspektrum im Mittelpunkt der Entwicklungsaktivitäten. Ein Beispiel für nachhaltigere Lösungen sind geschäumte Acrylat-Klebebänder für die Automobilindustrie, die vollständig ohne Lösungsmittel hergestellt werden. Erste Produkte auf dieser Basis wie tesa® 7931x und 790xx stoßen auf positive Marktresonanz und sind bereits bei mehreren Zielkunden freigegeben.

Um den wachsenden Markt der Elektromobilität mit seinen speziellen Anforderungen an Klebelösungen bedienen zu können, wurden ebenfalls neue Technologien ausgearbeitet. So wurde ein feuerfestes Klebeband mit elektrisch isolierender Funktion entwickelt (tesa® 58311), das eine Hitzebeständigkeit bei bis zu 1.200 °C für mehr als 10 Minuten aufweist.

Wearable-Elektronik wie Smartwatches stellen hohe Anforderungen an die Beständigkeit von Klebebändern gegenüber Umwelteinflüssen. Im letzten Jahr wurden wesentliche Fortschritte mit einem UV vernetzbaren Klebeband erzielt, das sowohl eine vielfach höhere Chemikalienbeständigkeit als auch deutlich höhere Festigkeiten als das im letzten Jahr gelaunchte Produkt tesa®8684 aufweist.

Die neue leistungsstarke Technologie der Mikro-LED-Displays stellt die Hersteller derzeit noch vor große Herausforderungen. Für diese Anwendung hat tesa eine innovative Klebeband-Technologie entwickelt, die die industrielle Produktion von mikro-LED Displays durch einen direkten Massentransfer von mikro-LEDs potenziell deutlich effizienter machen kann.

Die Erschließung von neuen Märkten und Technologien wurde im letzten Jahr durch Kooperationen mit Partnern aus Industrie und Wissenschaft beschleunigt. In einer Kooperation mit der Firma Zeiss wurde der Grundstein zur Entwicklung von funktionellen, holographischen Filmen gelegt, deren Hauptanwendung in Windschutzscheiben liegt.

Debonding on Demand

Klebebänder mit Debonding on Demand Technologie verbinden eine starke Haftung mit der Möglichkeit, die Verbindung bei einem definierten Impuls gezielt und einfach wieder zu lösen. Sie ermöglichen Nachbearbeitung, erleichtern Reparaturen, Wiederverwendung und Recycling und sind essenzielle Bausteine, um Zirkularität ohne Kompromisse bei der Performance zu realisieren.

tesa entwickelt diese neuen Lösungen und hat im letzten Jahr einen Entwicklungsstandort in Singapur eröffnet, der die maßgeschneiderte Entwicklung und Skalierung von wiederablösbaren Klebelösungen vorantreibt. tesa nutzt dabei aktiv das Innovationsökosystem Singapurs und hat im Rahmen einer

langfristigen Kooperation mit dem lokalen Wissenschaftspartner A*STAR bereits erste innovative Debonding on Demand Klebmassen bis zum fortgeschrittenen Laborstatus entwickelt.

Parallel wurde das Klebeband-Portfolio im letzten Jahr für den Elektronik-Markt um neue Prototypen erweitert, deren Debonding durch Anlegen einer elektrischen Spannung ausgelöst werden kann. Die Markteinführungen dieser Produkte sind für das erste Quartal 2026 geplant. Für die Automobilindustrie wurde in engem Austausch mit einem Automobilhersteller ein Klebeband zur Fixierung von Batterien in Elektrofahrzeugen entwickelt, die durch einen thermischen Impuls gelöst werden können.

Für die Pionierarbeit von tesa auf dem Gebiet der Debonding on Demand Technologie, wurde das Unternehmen unter anderem mit einem Award des Münchener Management Kolloquium im Bereich „Sustainable Engineering“ ausgezeichnet.

Nachhaltigkeit bei Rohstoffen und Prozessen

Auf dem Weg, die ambitionierten Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, hat tesa an dem Einsatz nachhaltigerer Rohstoffe, an Prozessen sowie an Technologien und Produkten gearbeitet. Es wurde eine neue Polypropylenfolie entwickelt, die zum größten Teil aus wiederverwendetem Rohstoff (Rezyklat) besteht und dadurch deutlich nachhaltiger als alle bisher verfügbaren Folien ist. Diese Folie wurde erfolgreich für Strapping Klebebänder qualifiziert, die kurz vor Markteinführung stehen.

Für die Produktfamilien 754xx und 757xx wurden nachhaltige PET-Trennfolien mit einem sehr hohen Anteil an wiederverwendeten Rohstoffen entwickelt. Auch im Bereich der Trennpapiere gab es Fortschritte, etwa durch ein Trennpapier, das teilweise wiederverwendete Papierfasern enthält. Produkte mit einem Volumen von über 3 Mio. m² wurden bereits auf dieses nachhaltigere Trennpapier umgestellt.

Im letzten Jahr wurde ein modernes Verfahren für eine kontinuierliche, lösemittelfreie Klebmassenherstellung und Klebeband-Beschichtung bis zur Produktionsreife vorangetrieben. Nach erfolgter Erprobung im Pilotmaßstab erwartet tesa vom neuen Verfahren eine deutliche Energie-Einsparung im Herstellungsprozess und eine signifikante Reduktion von Materialverlusten gegenüber bestehenden Verfahren. Dies führt zu einer deutlich sichtbaren Verbesserung der Nachhaltigkeit aller mit diesem Prozess hergestellten Produkte. Gleichzeitig ermöglicht das neue Verfahren eine schnellere Entwicklung von Herstellungsprozessen für innovative Klebmassen, kombiniert mit geringerem Risiko im Scale-up.

Die tesa Werk Hamburg GmbH hat einen Klimaschutzvertrag mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz im Rahmen des Förderungsprogramms Klimaschutzverträge abgeschlossen. Am Produktionsstandort in Hamburg wird in den nächsten Jahren die Dampf- und Wärmeversorgung auf klimaneutrale Energieträger umgerüstet. Gefördert werden im Wesentlichen die Mehrkosten, die durch eine klimafreundliche Produktion im Vergleich zu einer konventionellen Referenztechnologie entstehen können. Im geringen Umfang werden auch Investitionsvorhaben gefördert.

Digitalisierung im Bereich Produkt- und Technologie-Entwicklung

Die Digitalisierung ist eine zentrale Voraussetzung für zukunftsorientierte Entwicklungen und bereits fest im Arbeitsbereich der Produkt- und Technologieentwicklung bei tesa verankert. Dennoch befinden sich einzelne Teilbereiche aktuell in einem grundlegenden Wandel und durchlaufen eine weitere Transformation. Perspektivisch werden noch mehr Teile der Entwicklungsarbeit von klassischen Laborversuchen zu modellbasierten, computergestützten Ansätzen verlagert, was die Innovationskraft deutlich steigert.

Mit der erfolgreichen Einführung des Labor-Information-Management-Systems (LIMS) als zentrale Plattform für die End-to-End-Prozesse der Technologie- und Produktentwicklung wurde ein entscheidender Meilenstein erreicht. Das System ermöglicht eine vollständige Digitalisierung und Rückverfolgbarkeit von Labor- und Qualitätsdaten und fördert die unternehmensweite Zusammenarbeit. LIMS ist nahtlos mit bestehenden Systemen verknüpft und bildet damit ein leistungsstarkes digitales Ökosystem.

Im Rahmen eines übergreifenden Projekts zur Digitalisierung wurde ein Netzwerk zur Anbindung von Pilotanlagen aufgebaut und ein unternehmensweiter Prozess zur Aufnahme und Verarbeitung der Daten eingeführt. Fünf Pilotanlagen wurden bereits erfolgreich integriert, sodass relevante Prozessdaten automatisiert erfasst und visualisiert werden können.

Durch die Entwicklung von neuen Testmethoden und Analysegeräten wurden weitere Schritte unternommen, die virtuelle Produktentwicklung voranzutreiben. Die Grundidee ist die digitale Abbildung von Klebebändern entlang ihres gesamten Lebenszyklus - von der ersten Idee bis zur digitalen Absicherung der Produktperformance. Die Bereitstellung von digitalen Informationen und Materialmodellen zu Klebebändern wird von großen Leitkunden im Elektronikbereich gefordert. Sie ermöglicht eine deutlich effizientere und durch den geringeren Materialeinsatz nachhaltigere Entwicklung von Produkten bei den Kunden.

Für die Erstellung der relevanten Informationen über Produkte wurde ein innovativer neuer Prozess bei tesa entwickelt und zum Patent angemeldet, der klassische Computersimulationen wie die Finite-Elemente-Methode und moderne Ansätze wie maschinelles Lernen kombiniert.

Automatisierung im Bereich Produkt- und Technologie-Entwicklung

Im Berichtsjahr wurde umfassend in die Automatisierung von Laboranlagen investiert, um repetitive Aufgaben schneller, effizienter und reproduzierbarer durchführen zu können.

Die Entwicklung einer automatisierten Polymerisationsanlage am tesa Standort in Suzhou, China, steht kurz vor der Implementierung. Bei erfolgreicher Inbetriebnahme wird diese Anlage repetitive manuelle Tätigkeiten bei der Polymerisation zur Herstellung von bestimmten lösungsmittelfreien Klebmassen ersetzen.

Weitere Informationen zur Produkt- und Technologieentwicklung bei tesa finden Sie unter www.tesa.com/de-de/ueber-uns/product-and-technology-development.

Zusammengefasste Nichtfinanzielle Erklärung des Beiersdorf Konzerns und der Beiersdorf AG

Allgemeine Informationen

ESRS 2 - Allgemeine Angaben

Allgemeine Grundlagen für die Erstellung der Nichtfinanziellen Erklärung

Mit dieser Erklärung informiert Beiersdorf innerhalb des Lageberichts über wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte. Die Nichtfinanzielle Erklärung (NFE) wurde gemäß §§ 289b ff. Handelsgesetzbuch (HGB) und 315b bis 315c HGB aufgestellt und stellt somit die zusammengefasste NFE für den Beiersdorf Konzern und die Beiersdorf AG als Mutterunternehmen dar. Sofern nicht anders dargestellt, betreffen die qualitativen Informationen in Bezug auf den Unternehmensbereich Consumer auch die Beiersdorf AG. Die Ergebnisse der Konzepte für die Beiersdorf AG sind mit der Darstellung für den Unternehmensbereich Consumer vergleichbar.

Beiersdorf wendet teilweise den ersten Satz der „European Sustainability Reporting Standards“ (ESRS) als Rahmenwerk für die nichtfinanzielle Berichterstattung gemäß § 315c HGB i. V. m. § 289d HGB an. Dies bedeutet, dass nicht sämtliche Bestandteile unserer NFE unter Beachtung der ESRS aufgestellt wurden. Eine Übersicht der im Bericht enthaltenen Angabepflichten ist in [„Anhang A“](#) zu finden. Darin wird aufgezeigt, bei welchen Angabepflichten eine vollumfängliche oder teilweise Umsetzung vorliegt. Es werden sämtliche geltenden Phase-in-Erleichterungen angewendet, einschließlich der Bestimmungen des „Quick-fix Delegated Acts“. Dementsprechend erfolgt in den Kapiteln ESRS S2, S3 und S4 eine zusammengefasste Berichterstattung. Vorjahreszahlen werden grundsätzlich nicht ausgewiesen; ausgenommen hiervon sind die Emissions- und Energiekennzahlen in ESRS E1 sowie spezifische Zielvorgaben in ESRS S1. Für die NFE in Bezug auf die Beiersdorf AG gemäß § 289b HGB haben wir kein Rahmenwerk verwendet. Für unsere Stakeholder ist eine (zumindest teilweise ESRS-konforme) NFE auf Konzernebene von Relevanz.

Beiersdorf berichtet gemäß Artikel 8 der EU-Taxonomie-Verordnung über Umsatzerlöse, Investitionsausgaben und operative Ausgaben, die mit ökologisch nachhaltigen Aktivitäten verbunden sind.

Der Konsolidierungskreis der NFE entspricht grundsätzlich dem des Geschäftsberichts (siehe [„Konzernanhang“](#)) mit Ausnahme unseres Joint Venture NIVEA-Kao, unserer Mehrheitsbeteiligung S-Biomedic sowie den Marken Chantecaille, La Prairie und Coppertone. In den Kapiteln zu ESRS E1, ESRS E2, ESRS E5, ESRS S1, ESRS S2 und ESRS G1 gibt es Abweichungen. Die genannten Gesellschaften sind dort teilweise in die Zahlen integriert. Diese Abweichungen werden an den entsprechenden Stellen im Bericht näher erläutert. Die Kennzahlen unter ESRS E3 beziehen sich lediglich auf unsere Produktionswerke.

Bei der Bewertung der Wesentlichkeit wurden Auswirkungen, Risiken und Chancen im eigenen Geschäftsbereich sowie entlang der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette betrachtet. Eine detaillierte Übersicht der als wesentlich identifizierten positiven und negativen Auswirkungen, finanziellen Risiken und Chancen ist in den jeweiligen themenbezogenen Kapiteln zu finden. Wesentliche Risiken aus unserer eigenen Geschäftstätigkeit sowie aus Geschäftsbeziehungen,

Produkten und Dienstleistungen, die sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen auf die nichtfinanziellen Aspekte nach § 289c HGB haben, liegen nicht vor.

Die den wesentlichen Themen zugehörigen Richtlinien, Maßnahmen, Ziele und Kennzahlen sind in den folgenden Kapiteln dargestellt. Ob diese sich auf den eigenen Geschäftsbereich und/oder die vor- bzw. nachgelagerte Wertschöpfungskette beziehen, hängt von der Wesentlichkeitsbewertung des jeweiligen Nachhaltigkeitsaspekts ab sowie von dessen spezifischer Verortung in der Wertschöpfungskette.

Die berichteten Kennzahlen wurden ausschließlich von unserer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Rahmen der Prüfung unserer NFE mit begrenzter Sicherheit validiert und nicht durch eine weitere externe Stelle geprüft.

Die Schutzklausel findet keine Anwendung; es wurden keine Informationen, die sich auf geistiges Eigentum, Know-how oder die Ergebnisse von Innovationen beziehen, ausgelassen.

Angaben im Zusammenhang mit konkreten Umständen

Änderungen bei der Erstellung oder Darstellung von Nachhaltigkeitsinformationen

In der NFE 2025 haben wir zusätzliche, bislang nicht berichtete Informationen und Kennzahlen aufgenommen, um unsere Berichterstattung weiter an die Anforderungen der ESRS anzupassen. Dies führt im Vergleich zum Vorjahr in einzelnen Kapiteln – unter anderem ESRS E1, ESRS E5 und ESRS S1 – zu einer veränderten Darstellung der Nachhaltigkeitsinformationen, beispielsweise durch eine Umstrukturierung oder Ergänzung der Kennzahlentabellen in den Kapiteln ESRS E1 und ESRS E5.

Etwaige weitere methodische Änderungen, die im Berichtszeitraum zu Anpassungen bzw. Neuberechnungen bestimmter Kennzahlen führten (z. B. neue wissenschaftliche Erkenntnisse, wie die Berichte des „Intergovernmental Panel on Climate Change“ (IPCC)) werden an entsprechender Stelle im Bericht (Kapitel ESRS E1, ESRS E5, ESRS S1 und ESRS S2) erläutert.

Schätzungen und Hochrechnungen

Zur Sicherstellung der Datenvollständigkeit nehmen wir für die in den Konsolidierungskreis einbezogenen Gesellschaften, deren Daten aufgrund von Wesentlichkeitsschwellen oder eingeschränkter Datenverfügbarkeit nicht direkt erhoben werden, Schätzungen oder Hochrechnungen auf Basis vergleichbarer Einheiten vor.

Auch bei der Berechnung von Kennzahlen, die über unsere Konzerngrenzen hinausgehen, z. B. Scope-3-Emissionen, arbeiten wir teilweise mit Schätzungen, da es sich um komplexe und oft indirekte Datenerhebungen aus unserer Wertschöpfungskette handelt.

Aufgrund der Art der Datenerhebung und der angewandten Methodiken können Messunsicherheiten bestehen. Diese ergeben sich insbesondere aus der Verfügbarkeit, Vollständigkeit und Qualität zugrunde liegender Daten, der Nutzung unterschiedlicher Mess- und Erfassungssysteme, oder der Abhängigkeit von Lieferanten- oder Partnerdaten.

Detaillierte Informationen zur angewandten Methodik bei diesen Schätzungen sind an den entsprechenden Stellen im Bericht erläutert.

Die Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane

Die Beiersdorf AG hat mit Vorstand und Aufsichtsrat die für Aktiengesellschaften in Deutschland gesetzlich vorgeschriebene dualistische Leitungs- und Überwachungsstruktur.

Vorstand

Unser Vorstand leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung und führt die Geschäfte. Bei der Wahrnehmung seiner Aufgaben handelt er im Unternehmensinteresse und ist der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts verpflichtet. Die Mitglieder des Vorstands werden vom Aufsichtsrat bestellt. Zur Unterstützung der operativen Steuerung des Unternehmensbereichs Consumer des Beiersdorf Konzerns wurde ein Executive Committee eingerichtet, dem die Mitglieder des Vorstands sowie zusätzlich zwei Personen mit globalen Managementfunktionen angehören.

Der Vorstand des Beiersdorf Konzerns besteht aus sechs Mitgliedern, davon waren 2025 50 % weiblich (Astrid Hermann, Nicola D. Lafrentz und Grita Loeb sack).

Alle Mitglieder des Vorstands müssen über einschlägige internationale Berufserfahrung durch langjährige Tätigkeiten im Ausland oder besondere Kenntnisse der für Beiersdorf wichtigen ausländischen Märkte verfügen. Des Weiteren werden Branchenkenntnisse vorausgesetzt.

Im Vorstand liegt die übergeordnete Verantwortung für das Thema Nachhaltigkeit beim Vorsitzenden des Vorstands, Vincent Warnery, sowie bei der Arbeitsdirektorin, Nicola D. Lafrentz. Innerhalb des Executive Committees verfügen zusätzlich Dr. Gitta Neufang (Chief Research & Development Officer) sowie Michael Frey (Chief Supply Chain Officer) über Kompetenzen in den Bereichen Environment, Social und Governance (ESG). Dr. Gitta Neufang ist außerdem Sponsorin des Sustainability Council, dem funktionsübergreifenden Steuerungsgremium für wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte im Unternehmensbereich Consumer (siehe Abschnitt zur „[ESG Governance](#)“ in diesem Kapitel).

Aufsichtsrat

Unser Aufsichtsrat setzt sich aus zwölf Mitgliedern zusammen, davon waren 2025

- 58 % weiblich,
- 50 % auf Seite der Anteilseigner*innen und 100 % auf Seite der Arbeitnehmer*innen nach Einschätzung des Aufsichtsrats unabhängig im Sinne des Deutschen Corporate Governance Kodex, und
- sechs Mitglieder Arbeitnehmervertreter*innen.

Der Aufsichtsrat achtet darauf, dass seine Mitglieder insgesamt über die Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen verfügen, die für die ordnungsgemäße Wahrnehmung seiner Aufgaben erforderlich sind. In fachlicher Hinsicht müssen die Mitglieder gemäß § 100 Absatz 5 Aktiengesetz (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 und Haut-/Körperpflege, internationale Märkte, inkl. Emerging Markets)
- Marketing und Vertrieb (Markenentwicklung und -führung, Vertrieb und Handel, Kommunikation und Medien)
- Forschung und Entwicklung (F&E), einschließlich Innovationsmanagement
- Supply Chain (Lieferketten und Produktion)
- Personal und Organisation (Personalentwicklung und -führung, Unternehmensorganisation, Unternehmenskultur, Diversität)
- ESG (Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, Ethik)
- Recht und Governance (Recht, Compliance, Revision, Aufsichtsrecht, Corporate Governance)

- Informationstechnik (IT) und Digitalisierung (Digitalisierung, Datenmanagement, IT und IT Security)
- Finanzen (Finanzwesen und Controlling, Rechnungslegung und Abschlussprüfung, jeweils inklusive Nachhaltigkeitsberichterstattung, Risikomanagement und interne Kontrollsysteme)

Der Aufsichtsrat verfügt somit über Kompetenzen, die zur wirksamen Steuerung unserer wesentlich identifizierten Auswirkungen, Risiken und Chancen notwendig sind. Dazu gehören die Felder Klimawandel, Umweltschutz, Kreislaufwirtschaft, Personalentwicklung, soziale Verantwortung und Unternehmensführung. Die ESG-Verantwortung liegt im Aufsichtsrat seit 2024 bei Donya-Florence Amer.

Compliance Management

Der Vorstand ist dafür verantwortlich, ein hinreichendes Compliance Management System (CMS) einzurichten und zu überwachen. Beide Unternehmensbereiche, Consumer und tesa, haben CMS implementiert, die einem einheitlichen Standard folgen und in enger Abstimmung mit ihren Corporate-Compliance-Abteilungen für alle Tochtergesellschaften in den Unternehmensbereichen Consumer sowie tesa umgesetzt werden. Die Corporate-Compliance-Abteilungen sind auch dafür verantwortlich, die CMS weiterzuentwickeln und zu überwachen sowie Mindeststandards für unsere Compliance-Programme zu definieren.

Jährlich berichten die Corporate-Compliance-Abteilungen von Consumer und tesa dem Vorstand und dem Aufsichtsrat umfassend über die konzernweite Wirksamkeit unserer CMS und über Fortschritte zu weiteren Compliance-Themen wie Antikorruption. Im Vorfeld werden hierfür sowohl Compliance-Vorfälle als auch der Stand der Umsetzung unserer Compliance-Programme zentral sowie in den Tochtergesellschaften weltweit erfasst. Anhand der Ergebnisse werden gezielt weiterer Handlungsbedarf abgeleitet und entsprechende Maßnahmen für eine kontinuierliche Weiterentwicklung durch die Corporate-Compliance-Abteilungen umgesetzt. Unterjährige Berichterstattungen an den Vorstand erfolgen zusätzlich zu ausgewählten Compliance-Themen.

Über diese Berichterstattungen hinaus werden der Vorstand und Aufsichtsrat in wiederkehrenden Abständen zu grundsätzlichen Compliance-Themen und rechtlichen Aspekten informiert und geschult.

Weitere Informationen zum CMS sind im Kapitel „[ESRS G1 - Unternehmensführung](#)“ zu finden.

ESG Governance

Der Vorstand unter dem Vorsitz des Chief Executive Officers (CEO) Vincent Warnery ist für die Genehmigung der Nachhaltigkeitsstrategien und der damit verbundenen Gruppenziele verantwortlich. Er delegiert die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie an die Funktion Corporate Sustainability, die vom Vice President Sustainability Jean-François Pascal geleitet wird, sowie an die Nachhaltigkeitsexpert*innen innerhalb der Marken und Funktionen. Diese berichten dem Vorstand monatlich über die Umsetzung der Strategien und die Fortschritte bei den Zielen und Meilensteinen.

Der Vorstand sorgt ferner für ein im Hinblick auf die Geschäftstätigkeit und Risikolage angemessenes und wirksames internes Controlling und Risikomanagement. Diese decken auch die für das Unternehmen relevanten nachhaltigkeitsbezogenen Ziele ab. Der Vorstand berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend (ca. drei bis fünf Mal im Jahr und zusätzlich bei dringenden Anliegen) über alle für das Unternehmen relevanten Fragestellungen, insbesondere auch zur Nachhaltigkeit. Dabei erläutert er Abweichungen der tatsächlichen Entwicklung von den Plänen und Zielen.

Der Aufsichtsrat bestellt, berät und überwacht den Vorstand nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung bei der Leitung des Unternehmens. Dazu zählen auch Nachhaltigkeitsthemen. Aufsichtsrat und Vorstand arbeiten für einen positiven Beitrag zur Gesellschaft und zur nachhaltigen Wertschöpfung eng zusammen.

ESG Governance (Unternehmensbereich Consumer)



Der Digital- & ESG-Ausschuss, dem je drei Vertreter*innen der Anteilseigner*innen und der Arbeitnehmer*innen des Aufsichtsrats angehören, berät und überwacht den Vorstand bei der Unternehmensführung in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen. Dazu zählen Strategien, Zielsetzungen und Initiativen zu Klima- und Umweltauswirkungen, Kreislaufwirtschaft, sozialen Aspekten und Menschenrechten sowie dem Engagement für eine inklusive Gesellschaft entlang der gesamten Wertschöpfungskette und darüber hinaus. Zudem unterstützt der Digital- & ESG-Ausschuss den Präsidialausschuss bei der Vorbereitung der Festsetzung von ESG-Zielen für die Vorstandsvergütung.

Die Zuständigkeiten für die Überwachung von Nachhaltigkeitsthemen sind in den Aufgabenbereichen und Mandaten von Vorstand und Aufsichtsrat verankert. Diese Zuständigkeiten sind in unseren Corporate-Governance-Richtlinien dargelegt, in denen die Pflichten im Zusammenhang mit der Überwachung und dem Management von Nachhaltigkeitsthemen detailliert beschrieben sind.

Um sicherzustellen, dass die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats über angemessenes nachhaltigkeitsbezogenes Wissen zu den als wesentlich identifizierten Auswirkungen, Risiken und Chancen verfügen, erhalten sie bedarfsorientiert gezielte Schulungen, in der Regel einmal jährlich.

Informationen und Nachhaltigkeitsaspekte, mit denen sich die Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane des Unternehmens befassen

Unsere konzernweite Nachhaltigkeitsfunktion Corporate Sustainability ist für die strategische Ausgestaltung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten zuständig und informiert die Geschäftsleitung regelmäßig über Fortschritte und Handlungsbedarf. Die Funktion Corporate Sustainability berichtet monatlich direkt an den Vorstandsvorsitzenden der Beiersdorf AG, der das Thema Nachhaltigkeit verantwortet. Die Finanzvorständin wird quartalsweise zu Compliance- und Reporting-Themen informiert (z. B. Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG), „Corporate Sustainability Due Diligence Directive“ (CSDDD), „Corporate Sustainability Reporting Directive“ (CSRD), „European Deforestation Regulation“ (EUDR)). Außerdem gibt es weitere bedarfsorientierte Einzeltermine mit Vorständen und Mitgliedern des Executive Committees, des Aufsichtsrats und des gesamten Vorstands. Der Prüfungsausschuss wird zwei- bis dreimal im Jahr zu Nachhaltigkeitsthemen informiert.

Zwei funktionsübergreifende Steuerungsgremien beaufsichtigen die Behandlung wesentlicher Nachhaltigkeitsaspekte: der 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. Der Ausschuss tagt alle zwei Wochen und bespricht in diesem Rahmen auch nachhaltigkeitsbezogene Themen. Daneben berichtet der Chief Sustainability Officer direkt an den Vorstandsvorsitzenden von tesa.

Im Berichtsjahr wurden folgende Nachhaltigkeitsthemen in Vorstands- und Aufsichtsratsmeetings diskutiert: Nachhaltigkeitsberichterstattung, Biodiversität, Wassermanagement, Anpassung an den Klimawandel, Diversität und Kreislaufwirtschaft.

Durch die regelmäßige Berichterstattung zu Nachhaltigkeitsthemen an Vorstand und Aufsichtsrat soll sichergestellt werden, dass wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen bei der Überwachung der Strategie, bei Entscheidungen über wichtige Transaktionen und im Risikomanagement berücksichtigt werden und ggf. Kompromisse (Trade-offs) behandelt werden.

Einbeziehung der nachhaltigkeitsbezogenen Leistung in Anreizsysteme

Die Erreichung von Nachhaltigkeitszielen ist fest in den Vergütungs- und Anreizsystemen von Beiersdorf verankert. Damit wird die Verantwortung des Vorstands bekräftigt, langfristig einen Mehrwert für Menschen, Umwelt und Gesellschaft zu schaffen.

Der Aufsichtsrat ist für die Festlegung der Vergütung der Mitglieder des Vorstands zuständig. Die Gesamtvergütung der Vorstandsmitglieder setzt sich aus fixen und variablen Bestandteilen zusammen. Die fixe, erfolgsunabhängige Vergütung umfasst dabei die Grundvergütung und Nebenleistungen. Die variable, erfolgsabhängige Vergütung setzt sich grundsätzlich aus einem kurzfristigen variablen Bonus mit Jahreszielen (Annual Bonus) sowie einem langfristigen variablen Bonus (LTP) zusammen. In diese variable Vergütung sind die ESG-Ziele integriert.

Annual Bonus

Die Vorstandsmitglieder erhalten für jedes Geschäftsjahr einen vom Erfolg des Unternehmensbereichs Consumer abhängigen variablen Bonus. Dieser wird nach der ordentlichen Hauptversammlung im Folgejahr des jeweiligen Geschäftsjahres ausgezahlt. Der Annual Bonus setzt sich aus gemeinschaftlichen und individuellen Leistungskriterien zusammen, die sowohl an die finanzielle und nichtfinanzielle als auch an die strategische und operative Entwicklung des Unternehmens anknüpfen; die spezifischen Leistungskriterien können grundsätzlich auch ESG-bezogen sein.

Die Leistungskriterien innerhalb der individuellen Ziele des Annual Bonus umfassten im Geschäftsjahr 2025 (je nach Vorstand) u. a. die Reduktion von Treibhausgasemissionen, Einführung des EcoBeautyScore, Förderung der Unternehmenskultur und des Mitarbeitenden-Engagements, Talentförderung, Geschlechtervielfalt, Internationalisierung und andere Diversitäts- und Inklusions-Ziele. Für den Annual Bonus 2025 beträgt der Anteil ESG-bezogener Leistungskriterien durchschnittlich ca. 2 % der Zielvergütung.

Langfristiger Bonus (LTP)

Vorstandsmitglieder erhalten einen mehrjährigen Bonus, der gemäß dem seit 2025 geltenden Vergütungssystem grundsätzlich aus rollierenden Jahrestanchen mit einem Bemessungszeitraum von jeweils vier Jahren besteht. Die finanziellen und nichtfinanziellen Leistungskriterien der jeweiligen LTP-Tranche werden im Wesentlichen aus der Umsetzung der „Win with Care“-Strategie und den ESG-Materialitätsanalysen abgeleitet. Für die erste LTP-Tranche mit dem vierjährigen Bemessungszeitraum von 2025 bis 2028 (LTP 2025-2028) machen klimabezogene Ziele 10 % der Gewichtung aus (gemessen an der Zielvergütung). Die Klimaziele sehen insbesondere vor, bis 2028 die globalen Scope 1-, -2- und -3-Emissionen zu reduzieren (im Vergleich zu 2018) und den Anteil recycelter Materialien in Plastikverpackungen zu erhöhen. Die Klimaziele stehen im Einklang mit unseren extern kommunizierten CO₂-Reduktionszielen (siehe [„Ziele im Zusammenhang mit dem Klimawandel“](#)). Mit weiteren 10 % sind individuelle Ziele aus dem Bereich Personalentwicklung, inklusive Genderparität, gewichtet.

Für die gesamte erfolgsabhängige variable Vergütung 2025 betrug der Anteil ESG-bezogener Ziele durchschnittlich ca. 15 % der Zielvergütung.

Risikomanagement und interne Kontrollen der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Beiersdorf erkennt die Bedeutung robuster Risikomanagement- und interner Kontrollprozesse an, die die Integrität der Nachhaltigkeitsberichterstattung unterstützen.

Im Rahmen einer konzernweiten Risikoanalyse wurden die relevanten Positionen und die dazugehörigen, mit wesentlichen Risiken für die Nachhaltigkeitsberichterstattung verbundenen Prozesse identifiziert. Für risikobehaftete Positionen und Prozesse (insbesondere steuerungsrelevante Umweltkennzahlen in den Bereichen ESRS E1 und ESRS E5) wurden Sicherungs- und Kontrollmaßnahmen definiert. Dazu gehört u. a. die Separierung verschiedener Funktionen innerhalb eines Prozesses, um Interessenkonflikte zu vermeiden. Darüber hinaus wurden manuelle Genehmigungsprozesse nach dem Vier-Augen-Prinzip implementiert, um die Richtigkeit und Vollständigkeit der Daten sicherzustellen. IT-Kontrollen, Zugriffsbeschränkungen und Berechtigungskonzepte im IT-System sollen die Integrität der Daten gewährleisten, während systemgestützte Verfahren zur Verarbeitung von Daten menschliche Fehler minimieren sollen.

Die Risikobewertung erfolgte 2025 und wird zukünftig jährlich durchgeführt. Sie konzentriert sich auf die Vollständigkeit und Richtigkeit der Nachhaltigkeitsinformationen. Potenzielle Risiken innerhalb der Schlüsselprozesse werden identifiziert und mithilfe einer standardisierten Methode – basierend auf der potenziellen Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit dieser Risiken – priorisiert. Zu den identifizierten Risiken gehören insbesondere eine unvollständige oder inkonsistente Datenerfassung sowie Fehler bei der manuellen Konsolidierung von Daten aus unterschiedlichen Systemen.

Die Ergebnisse der Risikobewertung und internen Kontrollen werden in die relevanten Funktionen und Prozesse integriert. Der Vorstand befasst sich in enger Abstimmung mit der Internen Revision mehrmals im Jahr mit der Überwachung und Bewertung der Sicherungs- und Kontrollmaßnahmen. Um den zunehmend komplexen Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung gerecht zu werden, plant Beiersdorf, sein internes Kontrollsystem in Zukunft weiterzuentwickeln.

Strategie, Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette

Mit einem Portfolio global verfügbarer Marken hat sich Beiersdorf in den vergangenen 144 Jahren zu einem der weltweit führenden Konsumgüterunternehmen mit über 190 internationalen Tochtergesellschaften und mehr als 22.000 Mitarbeitenden entwickelt. Unser Geschäft gliedert sich in zwei eigenständige, unabhängig voneinander agierende Unternehmensbereiche: Consumer und tesa. Seit 2001 wird die tesa SE als 100-prozentige Tochtergesellschaft der Beiersdorf AG als unabhängiger Teilkonzern geführt, mit einer eigenständigen Geschäftsleitung und Unternehmensstrategie.

Im Unternehmensbereich Consumer liegt unser Fokus auf der Haut- und Körperpflege für Endverbraucher*innen. Mit unseren weltweit vertretenen Marken wie zum Beispiel NIVEA, Eucerin und La Prairie sind wir in drei Marktsegmenten vertreten: im Massenmarkt, in der Dermokosmetik und im Premium-Segment. Unsere Produkte sind in 180 Ländern zu kaufen, unser Hauptabsatzmarkt befindet sich in Europa. Änderungen im Berichtszeitraum in Bezug auf die Entwicklung der Absatzmärkte und angebotenen Produktsegmente sind den Kapiteln „[Ertragslage Unternehmensbereiche](#)“ im Lagebericht und „[Regionale Berichterstattung](#)“ im Konzernabschluss zu entnehmen.

Im Unternehmensbereich tesa konzentrieren wir uns auf die Entwicklung innovativer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher*innen. Im Bereich Industry versorgt tesa weltweit Industriekunden – insbesondere aus den Branchen Automobil, Elektronik, Druck und Papier sowie Bau und Konstruktion – auf direktem Weg mit spezialisierten Produkt- und Systemlösungen. Der tesa Consumer-Bereich umfasst diejenigen Märkte, in denen Handelspartner oder handelsähnliche Kanäle Endverbraucher*innen mit marktgerechten Produkten versorgen. Hierzu zählen Sortimente für private Konsument*innen und Handwerker*innen. Darüber hinaus nutzt tesa den E-Commerce, um Endkund*innen auf direktem Weg Produkte zum Kauf anzubieten. Das Consumer-Geschäft ist auf Europa und Lateinamerika konzentriert.

Am 31. Dezember 2025 hatten insgesamt 22.399 Arbeitnehmer*innen einen aktiven Arbeitsvertrag bei Beiersdorf.

Zahl der Arbeitnehmer*innen nach geografischen Gebieten

	Consumer	tesa	Gesamt
Europa	9.056	3.311	12.367
Amerika	3.363	637	4.000
Afrika/Asien/Australien	4.664	1.368	6.032
Gesamt	17.083	5.316	22.399

Consumer

Im Jahr 2025 wurde die im Vorjahr entwickelte Unternehmensstrategie „Win with Care“ für den Unternehmensbereich Consumer weiter implementiert. Das Thema Nachhaltigkeit ist dort im strategischen Handlungsfeld „Performance with Purpose“ fest verankert. Neben profitablen Wachstum für unser Unternehmen übernehmen wir auch Verantwortung. Unser Ziel: nachhaltig wachsen. Dabei steht der Klimaschutz für uns im Fokus und damit verbunden die Dekarbonisierung unseres Unternehmens und der Lieferkette. Zudem wollen wir eine inklusive Gesellschaft fördern.

Beiersdorf verfolgt das Ziel, bis 2045 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Im Mittelpunkt der Klimastrategie steht die kontinuierliche Reduktion der Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Bis Ende 2025 konnten die Emissionen im Unternehmensbereich Consumer im Vergleich zu 2018 bereits um 33 % gesenkt werden, was eine vollständige Erreichung unseres kurzfristigen Klimaziels darstellt.

Angesichts des stark veränderten (geo-)politischen Umfelds und der Marktbedingungen im Jahr 2025 mussten wir diese neue Realität in unsere zukünftigen Maßnahmen berücksichtigen und haben unseren

„[Climate Transition Plan](#)“ überarbeitet. In diesem Zuge wurden die bisherigen Zwischenziele angepasst und für die nächste Transformationsphase ein neues Ziel festgelegt: die Reduktion der THG-Emissionen (Scope 1 bis 3) um 35 % bis 2030 gegenüber dem Basisjahr 2018. Diese Anpassung unterstützt ebenfalls die fortlaufende Ausrichtung an wissenschaftsbasierten Klimazielen gemäß der „Science Based Targets initiative“ (SBTi) und den Anforderungen der CSRD. Die angepassten Zwischenziele für unser Net-Zero-Ziel auf Gruppenebene wurden im Dezember 2025 von der SBTi bestätigt.

Die derzeit wichtigsten Produktgruppen in Bezug auf unsere Nachhaltigkeitsziele in allen globalen Märkten sind Deodorants, Seifen, Body Care und Creme sowie Duschprodukte. In diesen Kategorien sehen wir den größten Hebel zur Emissionsreduktion. Auf Produktebene ergeben sich für 2030 die überarbeiteten Ziele wie folgt:

Verpackungen

- 50 % der Plastikverpackungen aus recycelten oder erneuerbaren Materialien
- >90 % der Verpackungen recyclinggerecht konzipiert („Design for Recycling“)

Produktformeln

- 100 % der Seifenstücke ohne Talg

Mehr zu unseren konkreten Zielen und Maßnahmen für die nachhaltige Transformation unserer Produkte ist im Kapitel „[ESRS E1 – Klimawandel](#)“ sowie in „[ESRS E5 – Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft](#)“ zu finden.

Ein zentraler Bestandteil unserer „Win with Care“-Strategie ist 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 sowie der Kreislauffähigkeit der eingesetzten Ressourcen und deren Einfluss auf die Land- und Wassernutzung über die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden und der Verbraucher*innen bis hin zu unserem Engagement für eine inklusive Gesellschaft. Die Fokusfelder und die dazugehörigen Ziele werden derzeit überprüft und voraussichtlich im Jahr 2026 im Rahmen einer Aktualisierung der Nachhaltigkeitsagenda angepasst.

tesa

Bei tesa ist Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie verankert. Unser Anspruch lautet: Wir wollen unser technologisches Know-how und unsere Leidenschaft dafür einsetzen, nachhaltigere Klebelösungen und Produkte zu entwickeln. Den Rahmen bilden fünf strategische Handlungsfelder, für die tesa die folgenden langfristigen Ziele bis 2030 definiert hat:

Verringerung der Emissionen

- Klimaneutrale Produktion (Scope-1-, und -2-Emissionen) und -20 % Scope-3-Emissionen vs. 2018.

Verantwortungsvolle Beschaffung

- Wir streben die volle Transparenz unserer Lieferketten an und wollen mindestens 80 % unseres gesamten Einkaufsvolumens nur noch an Lieferanten vergeben, die eine „EcoVadis“-Bewertung von mindestens 45 Punkten haben und insgesamt unseren Ansprüchen an verantwortungsvolle Lieferketten genügen.

Verwendung von recycelten und biobasierten Materialien

- 70 % der Materialien für Produkte und Verpackungen sollen aus recycelten oder biobasierten Materialien bestehen. Zudem soll der Einsatz von nicht recyceltem fossilem Plastik um die Hälfte reduziert werden.

Kreislaufwirtschaft und Abfallvermeidung

- Für ausgewählte Produkte wollen wir nachhaltige End-of-Life-Lösungen anbieten. In der Produktion wollen wir weiter an lösemittelfreien Prozessen und der vollständigen Rückgewinnung von Lösemitteln arbeiten.

Kund*innen bei ihren Nachhaltigkeitszielen unterstützen

- Kund*innen wollen wir innovative Klebelösungen anbieten, die zur Nachhaltigkeit ihrer Prozesse und Produkte beitragen. Die gemeinsamen Arbeitsergebnisse wollen wir messbar machen.

Die strategischen Handlungsfelder decken die gesamte Wertschöpfungskette des Unternehmensbereichs ab. Als produzierendes Unternehmen der Chemiebranche sehen wir die größten Hebel zur Erreichung der Ziele in dem vermehrten Einsatz von recycelten und nachwachsenden Rohstoffen für unsere Klebelösungen, der engen Kooperation mit Lieferanten und dem Einsatz von erneuerbarer Energie in der eigenen Produktion und in der Lieferkette.

Eine wichtige Produktgruppe im Rahmen der Nachhaltigkeitsziele sind unsere Klebelösungen im Industriebereich auf allen globalen Märkten. Mit der Entwicklung von nachhaltigeren Produkten unterstützen wir unsere Kund*innen dabei ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen und untermauern unsere eigenen Ambitionen in Bezug auf Emissionsreduktion. Ein zusätzlicher Baustein der Strategie ist weiterhin die Nachhaltigkeitsagenda, die sich an den zehn Prinzipien des „United Nations Global Compact“ (UNGC) und den „Sustainable Development Goals“ (SDGs) der Vereinten Nationen orientiert. Sie spiegelt unseren Anspruch wider, Nachhaltigkeit ganzheitlich zu verstehen, und beinhaltet somit auch Themen, die über die strategischen Handlungsfelder hinausgehen – zum Beispiel Arbeitssicherheit.

Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategien beider Unternehmensbereiche

Die wichtigsten Herausforderungen bei der zukünftigen Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategien beider Unternehmensbereiche erkennen wir in den folgenden Punkten:

- Zunehmend volatiler (geo-)politischer und wirtschaftlicher Handlungsrahmen
- Begrenzte Verfügbarkeit erneuerbarer Energien für unsere Partner in der Lieferkette, um signifikante THG-Reduktionen in Scope 3 zu ermöglichen
- Fehlende klare und konsistente gesetzliche Rahmenbedingungen, die marktübergreifend gelten und eine gezielte (Produkt-)Transformation unterstützen
- Die zunehmende Digitalisierung interner Prozesse und Lieferketten, um die Transparenz unserer Daten zu verbessern

Wie wir uns mit unseren Konzepten und Lösungen auf diese Herausforderungen einstellen, legen wir in den nachfolgenden themenspezifischen Kapiteln dar.

Wertschöpfungskette

Beiersdorf ist für die Produktion seiner Waren auf die Gewinnung von Rohstoffen angewiesen. Die verwendeten Rohstoffe stehen im Zusammenhang mit folgenden Aktivitäten: Anbau und Ernte von Agrarrohstoffen (hauptsächlich Palmöl, Soja, Kokosnuss, Holz, Naturkautschuk), Viehhaltung (Talg) sowie Abbau und Gewinnung fossiler und mineralischer Rohstoffe. Diese Rohstoffe werden zu Emulgatoren, Tensiden, Ölen, Klebstoffen und anderen Inhaltsstoffen sowie zu Verpackungsmaterialien verarbeitet und veredelt. Wir beziehen diese Rohstoffe über mehrstufige Lieferketten von unseren Zulieferern und setzen sie in unseren Produktionsstätten ein. Bei den Zwischenprodukten, die wir direkt beschaffen, handelt es sich hauptsächlich um chemische Produkte und Verpackungsmaterial aus Kunststoff, Aluminium, Glas und Papier.

Im eigenen Betrieb stellt Beiersdorf eine breite Produktpalette her. Für den Unternehmensbereich Consumer befinden sich 14 Produktionszentren in Europa, Nord- und Südamerika, in Afrika und im asiatisch-pazifischen Raum. Diese Zentren konzentrieren sich auf Misch- und Abfüllaktivitäten und produzieren hauptsächlich für ihre lokalen und regionalen Märkte. tesa verfügt über sieben Produktionszentren in Deutschland, Italien, den USA, China und Vietnam. Ergänzt wird das Produktionsnetz durch ausgewählte Fremdhersteller (Third-Party Manufacturers, 3PMs).

Unsere Produktionsstätten und 3PMs liefern die Waren über ein Netz von Lagern und Vertriebszentren an unsere Kund*innen. Die meisten Lager- und Transportdienstleistungen werden extern eingekauft. Zwei Lager sind im Besitz von Beiersdorf und werden von uns betrieben. Die individuelle Anpassung von Produkten kurz vor dem Versand (Last-Minute-Differenzierung bzw. Co-Packing) ist überwiegend in den Lagerbetrieb integriert. Die Verteilung zu Kund*innen erfolgt überwiegend mit dem Lkw sowie per Seefracht, aber auch über den Schienenverkehr und in Ausnahmefällen per Luftfracht.

Für den Unternehmensbereich Consumer erfolgt die Belieferung überwiegend an Handelspartner des Lebensmitteleinzelhandels (LEH), die unsere Produkte an die Endverbraucher*innen vertreiben. Der Unternehmensbereich tesa beliefert im Wesentlichen Industriekunden und zu einem geringeren Anteil Handelspartner des LEH und des Baustoffhandels.

Um die Beschaffung unserer wichtigsten Materialien zu sichern und den Bedürfnissen unserer Kund*innen und Verbraucher*innen gerecht zu werden, setzen wir auf agile Lieferketten, führen fortlaufende Analysen unseres Produktions- und Liefernetzwerks durch und aktualisieren diese bedarfsorientiert.

Interessen und Standpunkte der Interessenträger*innen

Der Übergang zu einer umweltfreundlicheren und sozial verantwortlicheren Wirtschaft erfordert gemeinsames Handeln. Wir sind daher kontinuierlich im Dialog mit unseren Stakeholder*innen und bemühen uns, ihre Positionen, Anliegen und Erwartungen zu verstehen. Die Erkenntnisse dieses Austauschs teilen wir mehrmals im Jahr in den relevanten Entscheidungsgremien sowie in Vorstand und Aufsichtsrat. So können wir unsere Geschäftsstrategie kontinuierlich hinterfragen und gegebenenfalls zielgerichtet anpassen.

Interessengruppe	Bedeutung und Zweck des Engagements	Art des Engagements und Beispiele	Frequenz
Arbeitskräfte des Unternehmens	Als Arbeitgeber haben wir einen erheblichen Einfluss auf die persönliche und berufliche Entwicklung unserer Mitarbeitenden. Wir können unsere Mitarbeitenden positiv beeinflussen, indem wir ihnen sichere Arbeitsplätze sowie persönliche und berufliche Entwicklungsmöglichkeiten bieten und eine gesunde Work-Life-Balance mit fairer Vergütung und Sozialleistungen fördern. Diese Aspekte können sich über die Arbeit hinaus tiefgreifend auf die persönliche Weiterentwicklung, Zufriedenheit, die Gesundheit und das allgemeine Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden auswirken.	Bei unserem Mitarbeitendenengagement setzen wir auf eine offene und transparente Kommunikation, die Förderung der Mitarbeitendenentwicklung und die Gestaltung eines attraktiven Arbeitsumfelds. Der Austausch zwischen Beiersdorf und den Mitarbeitenden findet auf verschiedenen Ebenen statt, z. B. über Betriebsversammlungen, Arbeitnehmer*innen-Vertretungen, jährliche Befragungen und individuelle Gespräche.	mehrmals im Jahr
Konsument*innen	Der Austausch mit unseren Kund*innen als entscheidende Interessengruppe ist von hoher Relevanz.	Teilnahme am „Consumer Goods Forum“, einer Organisation, die weltweit Einzelhändler und Hersteller von Konsumgütern für die Arbeit an vertrauensvollen, zukunftsfähigen Beziehungen zu Verbraucher*innen zusammenbringt.	fortlaufend

Interessengruppe	Bedeutung und Zweck des Engagements	Art des Engagements und Beispiele	Frequenz
Industriekunden	Der Austausch mit dieser Interessengruppe ist von hoher Relevanz, denn einerseits haben Industriekunden eigene Nachhaltigkeitsziele, denen wir mit unseren Produkten und Technologien gerecht werden müssen. Dabei können anspruchsvolle Anforderungen der Kunden auch die eigene Transformation beschleunigen.	Vermittlung von und Sensibilisierung der Industriekunden für die Beiersdorf Nachhaltigkeitsagenda, Ziele, Fortschritte und konkrete Beispiele für Nachhaltigkeitsmaßnahmen.	fortlaufend
	Andererseits gilt es, die Industriekunden vom eigenen Engagement zu überzeugen und den Mehrwert von nachhaltigeren Produkten darzustellen.	In den jeweiligen Geschäftseinheiten von tesa gibt es eigene Nachhaltigkeitsmanager*innen, die Anforderungen von Kunden koordinieren und die fachliche Kooperation ermöglichen.	
Lieferanten	Unsere Lieferanten können entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette einen positiven Einfluss ausüben und sind damit wichtige Stakeholder. Ein offener Dialog mit Lieferanten ermöglicht es, gemeinsam Nachhaltigkeitsstandards zu definieren, Verbesserungen anzustoßen und die Transparenz in der Lieferkette zu erhöhen.	Integration von externem Wissen und Förderung einer engen Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten durch Dialoge und gemeinsame Projekte. Strategisches Lieferantenmanagement mit klar definierten Standards in Bezug auf Qualität, Arbeitsbedingungen und Umweltschutz. Dialog mit Zulieferern zur Dekarbonisierung der Wertschöpfungskette (Net Zero bzw. Reduktion der Scope-3-Emissionen).	fortlaufend
		Engagement bei der internationalen Kooperationsplattform „AIM-Progress“: Zusammenschluss weltweit führender Hersteller im Bereich der FMCG-Industrie (Fast Moving Consumer Goods, FMCG).	
Handelspartner	Händler sind eine relevante Interessengruppe, da sie die täglichen Kaufentscheidungen von Kund*innen begleiten und in Richtung nachhaltigerer Produkte lenken können. Unsere Kooperationen mit Einzelhändlern ermöglichen es uns, eine nachhaltigere Lieferkette zu schaffen und gleichzeitig die Bedürfnisse und Erwartungen der Verbraucher*innen in einem zunehmend umweltbewussten Markt zu erfüllen.	Beteiligung an Veranstaltungen, Programmen, Kampagnen und Plattformen, die von Einzelhändlern zum Thema Nachhaltigkeit angeboten werden. Beteiligung an der jährlichen Berichterstattung über Einzelhandels- oder Drittplattformen; Bereitstellen unserer neuesten Nachhaltigkeitsdaten. Strategischer Nachhaltigkeitsaustausch auf höchster Ebene, z. B. Top-to-Top-Treffen; Teilnahme an jährlichen Austauschformaten zwischen Nachhaltigkeitsexpert*innen.	fortlaufend
Investor*innen	Investor*innen spielen eine wichtige Rolle für die langfristige Entwicklung unseres Unternehmens und sind damit eine relevante Interessengruppe. Wir vermitteln Investor*innen unsere Nachhaltigkeitsstrategie und -leistung, damit sie einerseits fundierte Entscheidungen treffen können und andererseits ihre Erwartungen an unser Geschäft verstehen.	Jährliche/regelmäßige Veranstaltungen gemäß Finanzkalender, in denen auch zum Thema Nachhaltigkeit informiert wird (Hauptversammlung, Veröffentlichung des Geschäftsberichts, etc.). Spezielle Termine mit Investor*innen, die sich auf Nachhaltigkeitsthemen spezialisiert haben und/oder gewisse Mindeststandards fordern. Kontinuierliche Betreuung von Investor Relations (Beantwortung von Investor*innen-/Rating-Anfragen; bedarfsorientierte, themenspezifische Termine mit Investor*innen/Rating-Agenturen zu Nachhaltigkeitsfragen). Jährliche Teilnahme am CDP-Rating.	mehrmals im Jahr

Interessengruppe	Bedeutung und Zweck des Engagements	Art des Engagements und Beispiele	Frequenz
Politische Entscheidungsträger*innen	Politische Entscheidungsträger*innen sind eine relevante Interessengruppe, denn sie gestalten die Rahmenbedingungen für Unternehmens- und Marktentwicklungen. Wir sensibilisieren politische Entscheidungsträger*innen für die Wertschöpfungskette der Kosmetikbranche und die wichtige Rolle, die die Branche sowohl aus wirtschaftlicher als auch aus gesellschaftlicher Sicht spielt.	Kooperation mit Unternehmen der Schönheits- und Körperpflegeindustrie für die Allianz „Value of Beauty“: Seit Januar 2024 verfolgt die Allianz das Ziel, ein grundlegendes Verständnis für die Schönheits- und Körperpflegeindustrie in den Bereichen Wirtschaft, Nachhaltigkeit und Innovation, Gesundheit und Wohlbefinden sowie Gesellschaft und Kultur zu schaffen. Die Allianz unterstreicht die Rolle der Branche beim Vorantreiben von Nachhaltigkeit und Klimaschutz auf europäischer Ebene, z. B. durch nachhaltige Rohstoffbeschaffung und Produktentwicklung, Produktion, Transport und Konsum sowie Forschung und Innovation.	fortlaufend
Lokale Gemeinschaften	Durch unser Geschäft agieren wir immer in Sozialräumen; dadurch sind lokale Gemeinden und Nachbarschaften relevante Interessengruppen. Als wichtige Stakeholder verstehen wir auch die lokalen Gemeinden, die direkt mit unserer Wertschöpfungskette zusammenhängen. Deswegen möchten wir vor Ort einen Beitrag zur sozialen Entwicklung, zum Umwelt- und Klimaschutz leisten.	Zusammenarbeit mit verschiedenen Organisationen auf lokaler Ebene: Ziel ist es, an die lokalen Gemeinden etwas zurückzugeben und Präsenz in der Gesellschaft zu zeigen (z. B. mit „Hanseatic Help“, „Die Arche“). Engagement in den Anbaugebieten unseres Hauptrohstoffes Palm(kern)öl: Ziel ist es, die lokalen Arbeits- und Lebensbedingungen von Produzenten langfristig zu verbessern.	fortlaufend
Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette	Das Wohlergehen der Arbeitskräfte, die entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette beschäftigt sind, ist für uns ein zentrales Anliegen. Daher sind sie eine relevante Interessengruppe. Wir sorgen für gute Arbeitsbedingungen und kontrollieren unsere Zulieferer dementsprechend.	Einrichtung verschiedener Beschwerdekanäle: Mitarbeitende in der Lieferkette sowie alle weiteren Stakeholder*innen können regelwidriges Verhalten melden oder Bedenken äußern. Verschiedene Medienkanäle und Auditberichte unserer unmittelbaren und mittelbaren Geschäftspartner: Über diese Kanäle erreichen uns Informationen, falls in vorgelagerten Lieferketten von Geschäftspartnern Verstöße gegen Menschenrechte und Arbeits- oder Umweltstandards vermutet werden oder vorliegen. Teilnahme an Meldesystemen von Multi-Stakeholder-Initiativen: Initiativen wie z. B. der „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO) oder die „Action for Sustainable Derivatives“ (ASD) bieten übergreifende Meldesysteme. Gemeldete Hinweise von Betroffenen werden gemeinschaftlich untersucht und auf Wahrheitsgehalt geprüft. Anschließend werden geeignete Maßnahmen festgelegt. Partnerschaften mit Nichtregierungsorganisationen (Non-Governmental Organizations, NGOs): Die Perspektive von Schutzbedürftigen fließt in unsere strategischen Ausrichtungen mit ein.	fortlaufend
NGOs	NGOs erwarten von uns, dass wir uns aktiv für eine nachhaltige Entwicklung einsetzen. Unser enger und auch kritischer Austausch mit NGOs hilft uns, unsere Nachhaltigkeitsstrategie weiterzuentwickeln und bisherige Verhaltensweisen zu hinterfragen.	Strategische Partnerschaft mit dem „World Wide Fund for Nature“ (WWF): Seit 2016 ermöglicht uns diese Zusammenarbeit, die Perspektive des WWF auf verschiedene Nachhaltigkeitsaspekte zu verstehen und sie in unsere Nachhaltigkeitsstrategie zu integrieren. Zusammenarbeit mit den Hilfsorganisationen „CARE“ und „Plan International“. Weitere Zusammenarbeit mit NGOs auf lokaler Ebene (z. B. „Das Geld hängt an den Bäumen“, „Hanseatic Help“).	fortlaufend

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell

Die wesentlichen nachhaltigkeitsbezogenen Auswirkungen, Risiken und Chancen (impacts, risks and opportunities, IROs), die wir im Rahmen unserer Wesentlichkeitsanalyse identifiziert haben, sind in den jeweiligen Themenkapiteln beschrieben. Alle identifizierten IROs werden von den ESRS-Anforderungen abgedeckt und es wurden keine weiteren unternehmensspezifischen Themen identifiziert.

Insgesamt sind die identifizierten Auswirkungen auf Umwelt und Menschen mit unserem Geschäftsmodell als weltweit produzierendes Unternehmen in der Konsumgüterindustrie in Zusammenhang zu bringen. Auswirkungen in unserem eigenen Betrieb hängen hauptsächlich mit dem Herstellungsprozess unserer Produkte zusammen. Hinsichtlich unserer eigenen Belegschaft stehen die Auswirkungen insbesondere im Zusammenhang mit den Arbeitsbedingungen und dem Arbeitsumfeld, das wir für unsere Mitarbeitenden gestalten. Bei Auswirkungen in unserer vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette ergeben sich diese zum einen aus unseren Geschäftsbeziehungen mit Lieferanten, die uns mit Rohstoffen und Zwischenprodukten beliefern oder die unsere Produkte ausliefern. Zum anderen entstehen Auswirkungen durch die Nutzung und Entsorgung unserer Produkte durch Konsument*innen bzw. am Ende des Produktlebenszyklus.

Unser Geschäftsmodell und unsere Strategie werden maßgeblich von der Notwendigkeit nachhaltigen Handelns geprägt. Die unmittelbaren Folgen, die sich aus unseren identifizierten IROs ergeben, sind bereits heute spürbar: Dazu zählen z. B. steigender regulatorischer Druck, potenzielle Reputationsrisiken, die Umstellung unserer Produktionswerke und die Notwendigkeit guter Arbeitsbedingungen sowohl für unsere Mitarbeitenden als auch entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Zukünftig erwarten wir weitere Herausforderungen wie z. B. steigende Kosten, sich stärker verändernde Konsumpräferenzen und betriebliche Anpassungen, um regulatorische Anforderungen zu erfüllen.

Beiersdorf hat 2024 eine qualitative Analyse der Resilienz seiner Unternehmensstrategie und seines Geschäftsmodells im Hinblick auf die wesentlichen IROs vorgenommen. Im Fokus stand dabei die Frage, inwieweit diese Themen in die Geschäftsprozesse, die strategische Ausrichtung und die Berichterstattung integriert sind. Die Ergebnisse der Analyse untermauern die Einschätzung, dass das Unternehmen fähig ist, wesentliche Auswirkungen und Risiken zu bewältigen und seine wesentlichen Chancen zu nutzen. Mit dem Ziel, den langfristigen Erfolg und die Widerstandsfähigkeit unseres Unternehmens zu gewährleisten, ist das Thema Nachhaltigkeit fest in unserer Geschäftsstrategie verankert und in unserer strategischen Planung integriert.

Bezüglich der identifizierten Chancen und Risiken erwarten wir aktuell bzw. im nächsten Berichtsjahr keine wesentlichen finanziellen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Beiersdorf.

Weitere Informationen darüber, welche Maßnahmen wir in den verschiedenen Bereichen durchführen, sind in den thematischen Kapiteln in den Abschnitten „[Umweltinformationen](#)“, „[Sozialinformationen](#)“ und „[Governance-Informationen](#)“ dargestellt.

Beschreibung des Verfahrens zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen

Seit 2011 setzen wir auf Wesentlichkeitsanalysen als strategisches Instrument für die Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und unserer Berichterstattung. Aufgrund der neuen Anforderungen im Rahmen der ESRS haben wir 2024 unseren Wesentlichkeitsprozess grundlegend überarbeitet und eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse nach den Anforderungen der ESRS durchgeführt.

Identifikation potenzieller und tatsächlicher Auswirkungen, Risiken und Chancen

Im ersten Schritt der 2024 durchgeführten Analyse wurden zunächst potenzielle und tatsächliche, positive und negative Auswirkungen sowie finanzielle Risiken und Chancen definiert (impacts, risks and opportunities, IROs). Dafür haben wir entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette auf Ebene der in den ESRS vorgegebenen Unterthemen die Geschäftsaktivitäten identifiziert, bei denen IROs auftreten können. Diese Zuordnung der Wertschöpfungskette verschaffte einen Überblick darüber, wo Wechselwirkungen zwischen den ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit sowie den damit verbundenen Risiken und Chancen auftreten könnten.

Für Beiersdorf als Akteur in der Kosmetik-, Klebstoff- und FMCG- („Fast Moving Consumer Goods“) Industrie liegt der Fokus unter anderem auf der Ressourcennutzung, dem Verpackungsmanagement und den Lieferkettenbedingungen. Wir analysieren dabei komplexe Wechselwirkungen: So beeinflusst etwa die Nutzung von Palmöl oder Wasser direkt ökologische Risiken wie Entwaldung und Wasserknappheit sowie soziale Aspekte wie faire Arbeitsbedingungen in der Lieferkette. Neben diesen Risiken überprüfen wir auch Chancen, etwa durch nachhaltige Rohstoffalternativen oder innovative Verpackungen. Somit wollen wir sicherstellen, dass unsere Nachhaltigkeitsstrategie nicht isoliert, sondern als dynamische Reaktion auf komplexe Abhängigkeiten gestaltet wird.

Datenbasis und Abgrenzung des Betrachtungsumfangs

Als Datenbasis dienten interne Quellen wie z. B. themenspezifische Risikoanalysen sowie externe Datenquellen, die sich mit industriespezifischen Risiken auseinandersetzen.

Bei der Ermittlung und Bewertung der Auswirkungen unseres Unternehmens auf Mensch und Umwelt, haben wir sowohl unsere eigene Geschäftstätigkeit, als auch die vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette in Betracht gezogen. Der Fokus lag dabei auf den wichtigsten Geschäftsaktivitäten, Produktgruppen, Geschäftsbeziehungen und den Hauptrohstofflieferketten, bei denen vermehrt sowohl negative als auch positive Auswirkungen, Risiken und Chancen zu erwarten sind. Im Hinblick auf IROs in den Bereichen Umweltverschmutzung, Wasser sowie Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft wurden keine einzelnen Standorte und Vermögenswerte überprüft und es wurden keine Konsultationen mit betroffenen Gemeinden vor Ort durchgeführt. Aufgrund der unterschiedlichen Geschäftsmodelle der Unternehmensbereiche Consumer und tesa wurden einzelne Auswirkungen teilweise separat bewertet.

Bewertung der Auswirkungen, Risiken und Chancen

Im nächsten Schritt wurden diese IROs im Rahmen mehrerer interner Workshops mit Vertreter*innen aller betroffenen Fachbereiche bewertet und priorisiert. Bei der Zusammenstellung der Workshops haben wir darauf geachtet, dass Fachvertreter*innen teilnahmen, die regelmäßig mit relevanten externen Stakeholder*innen im Austausch stehen und deren Perspektiven somit indirekt in die Diskussionen eingebracht werden konnten. Es wurden keine externen Sachverständigen eingebunden.

Die Bewertung der IROs orientierte sich an den methodischen Vorgaben und Schwellenwerten, die in der Implementierungsanleitung der „European Financial Reporting Advisory Group“ (EFRAG) vorgegeben sind. Negative Auswirkungen wurden nach Ausmaß, Umfang und Unabänderlichkeit sowie bei potenziellen Auswirkungen nach Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet. Bei positiven Auswirkungen wurde die Unabänderlichkeit nicht bewertet. Nach der Bewertung der positiven und negativen Auswirkungen haben wir diese anhand der von der EFRAG festgelegten Skalen und Wesentlichkeitsschwellen eingeordnet.

Bei der Bewertung der finanziellen Wesentlichkeit wurden die Eintrittswahrscheinlichkeit und das potenzielle Ausmaß der finanziellen Auswirkungen betrachtet. Dabei haben wir die Skalen und Schwellenwerte des konzernweiten Risikomanagementsystems herangezogen. Es handelte sich dabei – ebenfalls im Einklang mit dem konzernweiten Risikomanagementsystem – um eine Netto-

Risikobetrachtung. Diese methodische Harmonisierung soll sicherstellen, dass die aus der Wesentlichkeitsanalyse gewonnenen Erkenntnisse in das allgemeine Risikomanagement des Unternehmens und damit einhergehende Managementprozesse integriert werden können. Nachhaltigkeitsrisiken haben im konzernweiten Risikomanagementsystem grundsätzlich den gleichen Stellenwert wie andere Arten von Risiken. Werden Nachhaltigkeitsrisiken als strategische Risiken eingestuft, werden diese besonders betrachtet (siehe „[Risiko- und Chancenbericht](#)“).

Festlegung wesentlicher Themen und Ableitung der Berichterstattung

Bei Überschreitung der Wesentlichkeitsschwelle für ein IRO wurde das dazugehörige Thema als wesentlich eingestuft. Basierend auf den als wesentlich identifizierten IROs hat Beiersdorf eine Auswahl der Angaben getroffen, zu denen berichtet wird und die berichtspflichtigen Datenpunkte zugeordnet. Datenpunkte, die freiwillig zu berichten sind oder Phase-in-Erleichterungen unterliegen, wurden dabei eliminiert. Soweit Beiersdorf bei den verbliebenen Datenpunkten einzelne Datenpunkte oder Datenelemente identifiziert hat, die aufgrund von unternehmensspezifischen Gegebenheiten als nicht wesentlich klassifiziert wurden, wurden diese ebenfalls nicht in die Berichterstattung aufgenommen. Eine Übersicht der berichteten Angabepflichten ist in „[Anhang A](#)“ zu finden.

Monitoring und kontinuierliche Weiterentwicklung

Die finalen Ergebnisse wurden von den relevanten Nachhaltigkeitsgremien der beiden Unternehmensbereiche – dem Sustainability Council (Unternehmensbereich Consumer) und dem Executive Committee (Unternehmensbereich tesa) – validiert. Auch Vorstand und Aufsichtsrat (Prüfungsausschuss) der Beiersdorf AG wurden informiert und mögliche strategische Implikationen der Ergebnisse wurden diskutiert.

Die Überwachung der identifizierten IROs ist ein zentraler Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsmanagements. Entwicklungen und Fortschritte im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie werden anhand klar definierter KPIs und Ziele gemessen, wodurch notwendige Anpassungen frühzeitig vorgenommen werden können. Die Ergebnisse werden den relevanten Gremien vorgelegt, damit die identifizierten IROs strategisch berücksichtigt werden können.

Auf Basis der Erkenntnisse aus dem ersten Jahr der Berichtspraxis nach ESRS (2024) haben wir 2025 die Ergebnisse der Analyse überprüft. Dabei wurde die Methode grundsätzlich nicht verändert. Im Rahmen der Überprüfung wurde innerhalb von „[ESRS G1 – Unternehmensführung](#)“ das Unterthema „Korruption und Bestechung“ abweichend zum Vorjahr als nicht wesentlich eingestuft, weshalb wir im diesjährigen Bericht keine Angaben dazu machen. Das Gleiche gilt für die Unterthemen „Sozialer Dialog“, „Vereinigungsfreiheit“ und „Tarifverhandlungen“ innerhalb von „[S1 – Arbeitskräfte des Unternehmens](#)“.

Durch regelmäßige Überprüfung der Wesentlichkeitsanalyse stellen wir sicher, dass unsere Maßnahmen relevant bleiben.

Umweltinformationen

ESRS E1 - Klimawandel

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Der Klimawandel gehört zu den größten Herausforderungen unserer Zeit – sowohl für die Gesellschaft als auch für Unternehmen. Klimabezogene Risiken und Chancen beeinflussen daher die Geschäftsstrategie und Aktivitäten von Beiersdorf. Im Rahmen unserer [Wesentlichkeitsanalyse](#) haben wir mehrere negative Auswirkungen, Risiken und eine Chance identifiziert, die sich aus dem Klimawandel in unseren eigenen Geschäftstätigkeiten sowie in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette ergeben.

IRO	Beschreibung	Wertschöpfungs-kette	Zeit-horizont
Anpassung an den Klimawandel			
!	Physisches Risiko: Durch die klimawandelbedingte Zunahme extremer Wetterereignisse steigt das Risiko von Sachschäden und höheren Versicherungskosten an unseren Standorten in klimatisch gefährdeten Gebieten.	Eigener Betrieb	
!	Transitorisches Risiko: Preise für Rohstoffe und Materialien können durch die Auswirkungen der klimawandelbedingten Ressourcenknappheit sowie durch neue Regulatorik steigen.	Vorgelagert	
!	Physisches Risiko: Durch die klimawandelbedingte Zunahme extremer Wetterereignisse steigt das Risiko für die Unterbrechung unserer Lieferketten und Transportnetze, was zu Verzögerungen beim Versand von Waren, Schäden an der Infrastruktur und erhöhten Kosten für die Umleitung führen kann.	Vor- und nachgelagert	
Klimaschutz			
–	Ein Teil des Energieverbrauchs für Produktion und Bürogebäude stammt aus nicht erneuerbaren Quellen und führt daher zu Treibhausgasemissionen.	Eigener Betrieb	
–	Die Geschäftstätigkeiten in der vorgelagerten Wertschöpfungskette, z. B. die Rohstoffbeschaffung oder die Herstellung von Verpackungen, sind energieintensiv und derzeit auf fossile Brennstoffe angewiesen, was zu Treibhausgasemissionen führt.	Vorgelagert	
–	Der Vertrieb der Endprodukte erfolgt über Flotten mit Verbrennungsmotoren, die mit nicht erneuerbaren Brennstoffen betrieben werden; die Entsorgung der Produkte führt zu Treibhausgasemissionen.	Nachgelagert	
!	Transitorisches Risiko: Regierungen auf der ganzen Welt führen Vorschriften zur Bekämpfung des Klimawandels ein. In Europa stellt der „Green Deal“ der Europäischen Kommission zahlreiche neue klimabezogene Anforderungen an Unternehmen. Unternehmen, die diese Vorschriften nicht einhalten, müssen mit Geldstrafen, rechtlichen Schritten oder Reputationsschäden rechnen.	Eigener Betrieb	
★	Es ist eine steigende Erwartungshaltung von Verbraucher*innen zu beobachten, dass Unternehmen einen positiven Einfluss auf die Umwelt nehmen. Die Entwicklung von Produkten mit einem reduzierten CO ₂ -Fußabdruck ist ein Motor für Innovationen und ein Potenzial für Beiersdorf, sich von der Konkurrenz abzuheben.	Eigener Betrieb (Consumer)	
Energie			
–	Es werden Materialien, z. B. Aluminium für Verpackungszwecke, verwendet, die in ihrer Gewinnung und Herstellung sehr energieintensiv sind.	Vorgelagert	

Positive Auswirkung
 Negative Auswirkung
 Risiko
 Chance

Kurzfristig
 Mittelfristig
 Langfristig

Analyse der klimabezogenen Auswirkungen, Risiken und Chancen

Um klimabezogene Auswirkungen, Risiken und Chancen in unseren eigenen Geschäftstätigkeiten sowie in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette zu identifizieren, haben wir bei unserer Wesentlichkeitsanalyse insbesondere Scope-1- bis Scope-3-Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) einbezogen. Für die Bewertung der physischen und transitorischen Risiken und Chancen haben wir in regelmäßigen Abständen separate Analysen vorgenommen, deren Ergebnisse ebenfalls in die Wesentlichkeitsanalyse eingeflossen sind.

Transitorische klimabezogene Risiken und Chancen

Die Übergangsrisiken und -chancen wurden auf Basis des „Net Zero Emissions by 2050 Scenario“ (NZE) der „International Energy Agency“ (IEA) aus dem Jahr 2021 analysiert. Dieses international anerkannte

Szenario bildet einen mit dem 1,5-Grad-Ziel konformen Transformationspfad ab und schließt Entwicklungen ein, die für unser Geschäftsmodell relevant sind.

Bei der Analyse haben wir mögliche regulatorische Veränderungen, technologische Entwicklungen und marktbezogene Veränderungen des Verhaltens von Kund*innen und Verbraucher*innen bis 2050 berücksichtigt. Kurz- und mittelfristige Zeithorizonte gemäß den Definitionen der ESRS wurden nicht getrennt berücksichtigt.

Die Bewertung untersuchte, inwieweit Geschäftsaktivitäten entlang der Wertschöpfungskette sowie Vermögenswerte direkt oder indirekt von regulatorischen, technologischen, Reputations- oder Marktrisiken beeinflusst werden, wie groß das Ausmaß der Auswirkungen ist, wie hoch die Eintrittswahrscheinlichkeit ist und welche Maßnahmen zur Risikominderung bei Beiersdorf bestehen. Eine separate Überprüfung, ob Vermögenswerte und Geschäftsaktivitäten grundsätzlich mit dem Übergang zu einer klimaneutralen Wirtschaft unvereinbar sind, wurde nicht durchgeführt.

Physische klimabezogene Risiken

Im Hinblick auf unsere physischen Risiken haben wir 2024 eine zusätzliche standortspezifische Analyse aller Produktionsstandorte durchgeführt. Die Analyse basierte auf aktuell verfügbaren wissenschaftlichen Erkenntnissen und Methoden, die auch im Einklang mit dem jüngsten Bericht des Weltklimarats („Intergovernmental Panel on Climate Change“, IPCC) sowie anerkannten wissenschaftlichen Veröffentlichungen stehen. Um alle wesentlichen Risiken unter aktuellen und zukünftigen Klimabedingungen zu identifizieren, wurden sowohl chronische als auch akute Naturgefahren bewertet.

Die Analyse dieser Gefährdungen erfolgte mithilfe eines Ensembles von 20 Klimamodellen unter Anwendung der Emissionsszenarien SSP1-2.6, SSP2-4.5 und SSP5-8.5 für die Zeiträume 2000, 2030, 2050 und 2085. Durch die Kombination der verschiedenen Szenarien haben wir sichergestellt, dass plausible Risiken und Unsicherheiten von einem ambitionierten Klimaschutz bis zur ungebremsten Emissionsentwicklung abgedeckt sind. Aufgrund der langfristigen Perspektive der Analyse sind die Zeithorizonte nicht direkt mit den strategischen Planungshorizonten oder Kapitalzuweisungen des Unternehmens verknüpft.

Für Beiersdorf sind die folgenden Triebkräfte der Szenarien relevant, da sie Energiepreise, regulatorische Anforderungen, Rohstoffkosten sowie die Häufigkeit und Schwere von Extremwetterereignissen beeinflussen:

- SSP1-2.6: Geringer Emissionsanstieg, Temperaturanstieg <2 °C, strenge Klimapolitik, hoher Anteil an erneuerbaren Energien, moderate Zunahme von Extremwetterereignissen.
- SSP2-4.5: Moderater Emissionsanstieg, ausgeglichene Klimaschutzmaßnahmen, parallele Nutzung von fossilen und erneuerbaren Energiequellen, steigende Wahrscheinlichkeit von Extremwetterereignissen, Anpassungsbedarf für Produktionsstandorte.
- SSP5-8.5: Starker Emissionsanstieg, schwache Klimapolitik, hoher fossiler Energieverbrauch, häufigere und intensivere Extremwetterereignisse, erhöhte Risiken für Anlagen und Lieferketten.

Die Bewertung der physischen Risiken erfolgte anhand der geografischen Koordinaten der Produktionsstandorte. Für jede Gefahr wurde eine Risikobewertung durchgeführt, die sich aus der Gefährdung des Standorts (Gefährdungsanalyse) und dem potenziellen Schadensausmaß für das Untersuchungsobjekt (Vulnerabilität) zusammensetzt. Physische Risiken in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette wurden nicht im gleichen Detailgrad analysiert, im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse jedoch überprüft und bewertet.

Klimaresilienzanalyse

Im Berichtsjahr 2025 haben wir eine Resilienzanalyse zu den identifizierten Klimarisiken durchgeführt. Grundlage dafür war die zuvor erläuterte Szenarioanalyse. Dabei wurden alle wesentlichen klimabedingten Risiken im eigenen Geschäftsbereich sowie entlang der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette einbezogen. Über Interviews mit internen Expert*innen aus verschiedenen Unternehmensbereichen haben wir deren Fachwissen in die Bewertung der Widerstandsfähigkeit unseres Geschäftsmodells gegenüber klimabedingten Risiken eingebunden.

Für die Resilienzanalyse nutzten wir die gleichen Annahmen wie in der Klimarisikoanalyse – darunter die betrachteten Zeithorizonte, die Auswirkungen des Übergangs zu einer CO₂-armen Wirtschaft und die zugrunde liegenden Emissionsszenarien für die Analyse physischer Risiken.

Die Analyse zeigt, dass Beiersdorf gegenüber der Mehrheit der wesentlichen transitorischen und physischen Klimarisiken eine hohe Resilienz aufweist, etwa im Hinblick auf neue Vorgaben zur Materialverwendung oder CO₂-Kennzeichnungen in Produktkommunikation und Werbung. Risiken, bei denen aktuell eine moderate Resilienz besteht, z. B. im Zusammenhang mit dem Klimarisikomanagement in der Lieferkette, werden durch geeignete Maßnahmen adressiert.

Zudem bestätigt die Analyse, dass Beiersdorf sein Geschäftsmodell kurz-, mittel- und langfristig an den Klimawandel anpassen kann. Um die Resilienz unseres Geschäftsmodells weiterhin sicherzustellen, berücksichtigen wir klimabezogene Risiken in der Unternehmensstrategie und im Risikomanagement und passen unsere Maßnahmen kontinuierlich an.

Da es sich um eine zukunftsgerichtete Analyse handelt, können Unsicherheiten nicht ausgeschlossen werden.

Übergangsplan für den Klimaschutz

Klimaschutz ist ein zentraler Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategien der Unternehmensbereiche Consumer und tesa von Beiersdorf. Im Jahr 2024 haben wir unseren ersten „Climate Transition Plan“ veröffentlicht, der unsere Roadmap für den Weg zu Netto-Null-Emissionen bis 2045 darstellt.⁷ Während des Geschäftsjahres 2025 wurde dieser Plan überprüft und hinsichtlich der mittelfristigen Zielsetzungen überarbeitet. Unsere mittelfristigen Scope-1- und -2-Ziele sowie unsere langfristigen Klimaziele stehen im Einklang mit dem „Pariser Abkommen“, das eine Begrenzung der globalen Erwärmung auf 1,5 Grad vorsieht. Sie werden in den nachfolgenden Abschnitten zu [Zielen](#) und [Kennzahlen](#) ausführlich dargelegt. Weitere Details zum Fortschritt bei der Umsetzung unseres Übergangsplans sind im [Maßnahmen-Abschnitt](#) in diesem Kapitel zu finden.

Unser „Climate Transition Plan“, der die Anforderungen des „Science Based Target initiative (SBTi) Net Zero Standard“ und der „CDP Technical Note: Reporting on Climate Transition Plans“ einbezieht, ist das Ergebnis einer konzernweiten und funktionsübergreifenden Zusammenarbeit. Er basiert auf sektoralen Net-Zero-Übergangsplänen in den Bereichen Energie, Chemie und Aluminium. Unser Übergangsplan ist in die Zukunftsvision unserer Marken und des Kosmetiksektors integriert und eng mit der Geschäftsstrategie von Beiersdorf verknüpft. Nach der Verabschiedung einer ersten Version des Plans im Jahr 2024 genehmigte der Vorstand im November 2025 die überarbeitete Fassung.

Unsere Unternehmensstrategie „Win with Care“ unterstreicht unser Engagement für den Klimaschutz. Unsere strategische Entscheidung „Performance mit Purpose“ zeigt sich in unserem Ziel, bis 2045 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Dieses Ziel soll durch die Transformation unseres eigenen Geschäftsbereichs und unserer gesamten Wertschöpfungskette realisiert werden – getragen von gemeinschaftlichem Engagement und in enger Zusammenarbeit beider Unternehmensbereiche.

⁷ Gemäß den SBTi-Definitionen bedeutet „Net Zero“ bzw. „Netto Null“, die Treibhausgasemissionen der Scopes 1, 2 und 3 um 90 % zu reduzieren und die verbleibenden 10 % durch Projekte für eine dauerhafte Kohlenstoffentnahme auszugleichen.

Beiersdorf hat auf Grundlage technischer und marktbezogener Bewertungen zentrale Maßnahmen zur Einleitung der Dekarbonisierung identifiziert. Ein wesentlicher Baustein ist die Transformation der Produktionsinfrastruktur. Zu den wichtigsten Dekarbonisierungshebeln gehören die Steigerung der Energieeffizienz, der Ausbau erneuerbarer Energien und die Elektrifizierung. Zur Reduzierung indirekter THG-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette liegt der Fokus auf dem Umstieg auf nachhaltigere, z. B. nicht fossile und/oder erneuerbare Materialien für Verpackungen und Inhaltsstoffe sowie auf weniger CO₂-intensiven Logistikprozessen. Zudem ist der Austausch mit Lieferanten und Kund*innen für die Reduzierung der indirekten THG-Emissionen entscheidend, da die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern ermöglicht, die identifizierten Maßnahmen umzusetzen.

Die finanziellen Ressourcen für unseren „Climate Transition Plan“ umfassen sowohl die Betriebsausgaben (OpEx) als auch die Investitionsausgaben (CapEx) für den kurz-, mittel- und langfristigen Zeitraum bis 2030. Die OpEx-Steigerung gegenüber dem Geschäftsjahr 2025 wird in erster Linie durch den Unternehmensbereich Consumer verursacht und sich voraussichtlich in den Folgejahren fortsetzen, um die THG-Reduktionsziele bis 2030 zu erreichen (siehe Tabelle). Die zur Erreichung der Ziele notwendigen zusätzlichen CapEx werden mit 250 Mio. € veranschlagt.

Die erfolgreiche Umsetzung des „Climate Transition Plan“ ist auch von der Fähigkeit unserer Lieferanten abhängig, CO₂-optimierte Materialien bereitzustellen. Insgesamt ist der Plan so konzipiert, dass durch interne Kosteneffizienzen ein finanzielles Gleichgewicht gewahrt bleibt.

Vorgesehene Ressourcen „Climate Transition Plan“ (in Mio. €)

Zusätzliche Betriebsausgaben (OpEx) vs. 2025 p. a.	kurzfristig (2026)	mittelfristig (2027-29)	langfristig (2030)
	10-30	30-50	50-80

Beiersdorf berichtet jährlich Finanzinformationen gemäß der „EU-Taxonomie-Verordnung“ und legt den Anteil der Umsätze, CapEx und OpEx offen, die mit ökologisch nachhaltigen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind (siehe Kapitel [„Berichterstattung zur EU-Taxonomie“](#)). Derzeit umfassen unsere Kerngeschäftsaktivitäten keine Tätigkeiten, die in der neuen Version der delegierten Rechtsakte gelistet sind und wesentliche taxonomiefähige Umsatzerlöse generieren. Daher hat Beiersdorf keine spezifischen Ziele oder CapEx-Pläne zur zugehörigen Ausrichtung wirtschaftlicher Aktivitäten entwickelt.

Im Rahmen unseres Übergangs zu Net Zero werden unsere Investitionen in Infrastrukturen, Anlagen und Ausrüstungen, die langfristig hohe CO₂-Emissionen verursachen könnten („carbon lock-in“-Effekt), auf ein Minimum beschränkt. Auch für unsere bestehenden Vermögenswerte erwarten wir keinen langfristigen „carbon lock-in“-Effekt. Entlang der Wertschöpfungskette halten wir an unserem Net-Zero-Anspruch fest und wollen dadurch bei unseren Lieferanten den Anreiz verringern, weiter in kohlenstoffintensive Infrastrukturen zu investieren. Daher erwarten wir keinen „carbon lock-in“-Effekt, weder aus eigenen Produktionsaktivitäten noch aus der Wertschöpfungskette.

Unser Ziel ist es, unsere Stakeholder*innen davon zu überzeugen, dass wir unsere klimabezogenen Ambitionen ernst nehmen und konkrete Maßnahmen gegen den Klimawandel ergreifen. Wir verpflichten uns weiterhin, unseren Plan regelmäßig zu überprüfen und anzupassen, wenn sich zugrunde liegenden Annahmen wesentlich ändern.

Unser Unternehmen ist nicht von EU-Benchmarks ausgeschlossen, die mit dem „Pariser Abkommen“ in Einklang stehen.

Richtlinien im Zusammenhang mit dem Klimawandel

Um unsere Klimaauswirkungen zu reduzieren, uns an Klimarisiken anzupassen und Chancen zu nutzen, haben wir Zielsetzungen für unsere Geschäftstätigkeit und Wertschöpfungskette definiert. Diese Verpflichtungen sind in unseren Richtlinien verankert, werden durch Aktionspläne konkretisiert und in Maßnahmen zu Klimaschutz, Anpassung an den Klimawandel, Energieeffizienz und dem Ausbau erneuerbarer Energien umgesetzt (siehe „[Maßnahmen](#)“).

Beiersdorf Environmental Policy (Consumer)

Inhalt	In der „Beiersdorf Environmental Policy“ legt der Unternehmensbereich Consumer seine Verpflichtungen und Ziele zu den folgenden Umweltaspekten fest: Klima, Wasser, Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft, Artenvielfalt, verantwortungsvolle Beschaffung, Umweltverschmutzung sowie ökologische Compliance. Das übergeordnete Ziel bei jedem dieser Aspekte ist es, die Umweltauswirkungen der Aktivitäten des Unternehmensbereichs Consumer zu reduzieren. Die Richtlinie adressiert die wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen, die wir in den Bereichen Klimawandel, Umweltverschmutzung, Wasser, Biodiversität sowie Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft identifiziert haben.
Themenbezogener Inhalt	Im Bereich Klimawandel werden Themen wie Klimaschutz, Anpassung an den Klimawandel, Energieeffizienz sowie der Ausbau erneuerbarer Energien adressiert. Durch die Umsetzung der Richtlinie und der damit verbundenen Maßnahmen möchte der Unternehmensbereich Consumer zum 1,5-Grad-Ziel des „Pariser Klimaabkommens“ beitragen.
Anwendungsbereich	Die Richtlinie gilt weltweit für alle Aktivitäten des Unternehmensbereichs Consumer und umfasst, sofern nicht anders angegeben, alle Stufen der Wertschöpfungskette – von der Rohstoffbeschaffung bis zum Ende des Produktlebenszyklus.
Verantwortlichkeit	Der Vice President Sustainability ist für die Umsetzung der Richtlinie verantwortlich.
Standards/Initiativen Dritter	Die Richtlinie basiert auf den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen („Sustainable Development Goals“ – SDGs), dem „Pariser Abkommen“ und dem „SBTi Net Zero Standard“.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Die Richtlinie basiert auf dem Austausch mit Stakeholder*innen im Rahmen von strategischen Partnerschaften mit Umweltorganisationen und Mitgliedschaften in Industrieverbänden sowie Konferenzteilnahmen.
Verfügbarkeit	Die Richtlinie ist öffentlich auf unserer Website für alle relevanten Stakeholder*innen zugänglich.

tesa Environmental & Energy Policy

Inhalt	Die „tesa Environmental & Energy Policy“ formuliert Bestrebungen und dient als Rahmenwerk für kontinuierliche Verbesserungen in den Bereichen Umweltleistung und Ressourceneffizienz. Sie adressiert die wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen, die wir in den Bereichen Klimawandel, Wasser, Biodiversität sowie Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft identifiziert haben. Die Richtlinie ist Teil des Umweltmanagementsystems von tesa. An allen sieben Produktionsstandorten verwendet der Unternehmensbereich nach ISO 14001 zertifizierte Umweltmanagementsysteme, um den betrieblichen Umweltschutz zu organisieren und zu planen. Zudem setzt tesa Energiemanagementsysteme gemäß international anerkannter Standards ein. Vier Produktionsstätten sowie die Unternehmenszentrale sind nach ISO 50001 zertifiziert.
Themenbezogener Inhalt	Die Richtlinie befasst sich insbesondere mit dem Klimaschutz sowie der Anpassung an den Klimawandel und zielt darauf ab, THG-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu reduzieren, die Energieeffizienz zu steigern und den Energieverbrauch zu senken.
Anwendungsbereich	Die Richtlinie gilt weltweit für alle tesa Aktivitäten und sofern angegeben, auch für betroffene Wertschöpfungsketten.
Verantwortlichkeit	Der Vorstand/das Group Executive Committee (GEC) trägt die oberste Verantwortung für die Umsetzung der „tesa Environmental & Energy Policy“. Über einen jährlichen Management-Review ist der tesa Vorstand in die Überwachung der Umsetzung der Richtlinie eingebunden. Die operative Verantwortung liegt bei den lokalen Umwelt- und Energieexpert*innen an den jeweiligen Produktionsstandorten.
Standards/Initiativen Dritter	Die Richtlinie bezieht sich nicht auf Standards Dritter.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Die Richtlinie berücksichtigt den Input von Stakeholder*innen, der über die Mitgliedschaft in Branchenverbänden und die Teilnahme an Konferenzen eingeholt wurde, darunter Plattformen und Veranstaltungen mit Lieferanten und Akteuren, die sich dem Erreichen der Net-Zero-Ziele verpflichtet haben.
Verfügbarkeit	Die Richtlinie ist öffentlich auf unserer Website für alle relevanten Stakeholder*innen zugänglich.

Maßnahmen im Zusammenhang mit dem Klimawandel

Im Rahmen unseres „Climate Transition Plans“ haben wir eine Roadmap für Klimaschutzmaßnahmen entwickelt. Sie umfasst unsere gesamte Wertschöpfungskette und spiegelt funktionsübergreifende Pläne zur Reduzierung von THG-Emissionen wider. Der Schwerpunkt liegt auf unseren zentralen Dekarbonisierungshebeln: eigene Betriebsabläufe, Verpackung, Rohstoffe, Produkttransformation und

Logistik sowie die Einbindung von Stakeholder*innen, insbesondere Lieferanten, Einzelhandelskunden und Verbraucher*innen.

Die Umsetzung der Maßnahmen erfolgt durch konzerneigene Mittel und ist in den übergreifenden Finanzplanungsprozess von Beiersdorf integriert (siehe [„Übergangsplan für den Klimaschutz“](#)). Der Konzern verpflichtet sich zur Bereitstellung der unter dem Abschnitt „Übergangsplan für den Klimaschutz“ beschriebenen erforderlichen Ressourcen.

Unser „Climate Transition Plan“ spezifiziert die Dekarbonisierungsmaßnahmen, die für die Erreichung der Meilensteine bis 2030 identifiziert wurden. Die durch Maßnahmen bis 2045 zu erwartenden Emissionsreduktionen sind derzeit schwer abzuschätzen. Wir werden diese Schätzungen in künftigen Berichten veröffentlichen, wenn fundiertere Annahmen und Daten vorliegen.

Eigene Betriebsabläufe

Maßnahme	Um die Emissionen aus unserer Produktion zu reduzieren, die den größten Teil der Scope-1- und Scope-2-Emissionen ausmachen, haben wir begonnen, Emissionen sowie den Energieverbrauch zu analysieren. Die daraus abgeleiteten notwendigen Maßnahmen umfassen: • Betriebsverbesserungen, wie den Austausch ineffizienter Geräte, intelligente Steuerungssysteme oder LED-Beleuchtung mit Tageslichtsteuerung und Bewegungsmeldern, • Umstellung unserer Wärme- und Dampferzeugung von Erdgas auf alternative erneuerbare Energiequellen, • Wechsel vom Erwerb von Zertifikaten für erneuerbare Energien hin zum direkten Bezug von nicht fossil erzeugtem Strom oder zukünftig auch (virtuellen) „Power Purchase Agreements“ (PPAs), • Anwendung von Gebäudestandards, die klimarelevante Aspekte priorisieren, auf alle neuen Bau- und Erweiterungsprojekte, • Installation von Photovoltaik- und Windkraftanlagen, • Umstellung unseres Fahrzeug-, Gabelstapler- und Lkw-Fuhrparks auf Fahrzeuge mit emissionsarmem oder -freiem Betrieb.
Umfang	Eigene Betriebe (Consumer und tesa) weltweit
Zeithorizont	2030
Erwartetes Ergebnis	Wir erwarten, die operativen THG-Emissionen (Scope 1 und 2) zu reduzieren und unser Reduktionsziel zu erreichen. Wir erwarten, dass diese Maßnahme einen Beitrag von 61 % zur Erreichung unserer Emissionsreduktionsziele in Scope 1 und 2 leistet.
Fortschritt	Der Fortschritt einzelner Maßnahmen lässt sich nicht leicht quantifizieren, da diese häufig in Wechselwirkung zueinander stehen. Beispiele für die im Berichtsjahr erzielten Fortschritte bei konkreten Maßnahmen sind die Installation einer CO₂-Wärmepumpe an unseren Unternehmenszentralen, um sowohl die Betriebskosten als auch die THG-Emissionen zu senken oder die Installation eines Elektrokessels in unserem Werk in Offenburg, um den Erdgasverbrauch zu reduzieren. Der Kessel wird mit Strom aus erneuerbaren Quellen betrieben und erzeugt Dampf, der für Spezialbeschichtungsprozesse verwendet wird. Maßnahmen im direkten Betrieb werden zu einer Verringerung der Scope-1- und Scope-2-Emissionen führen. Die quantifizierten Emissionsminderungen nach Scope sowie signifikante Emissionskategorien sind in der Tabelle „THG-Kennzahlen“ im Kennzahlen-Abschnitt des vorliegenden Kapitels zu finden.

Verpackungen

Maßnahme	Um von der Produktion über den Transport bis hin zum Ende des Produktlebenszyklus Verpackungen mit einem geringeren CO₂-Fußabdruck zu entwerfen und zu verwenden, folgen wir dem „4R“-Prinzip (Reduce, Reuse, Recycle, Replace): • Reduce: Wir streben die Reduktion aller Arten von Verpackungsmaterialien an. Dazu gehört, nicht notwendige Verpackungen wegzulassen und Verpackungen so leicht wie möglich zu designen. • Reuse: Wir möchten den Anteil wiederverwendbarer und nachfüllbarer Verpackungen erhöhen. Deswegen gestalten wir unsere Verpackungen so, dass sie länger halten und bieten Kund*innen mehr nachfüllbare Verpackungssets an. Hierbei ist es entscheidend, auf Markttrends aufzubauen und Verbraucher*innen zu sensibilisieren. Außerdem arbeiten wir mit Lieferanten zusammen, um zirkuläre Verpackungskonzepte zu entwickeln. • Recycle: Für unsere Hauptverpackungsmaterialien wie Kunststoffe, Papier und Aluminium werden wir recycelte Materialien aus mechanischer, chemischer und fortschrittlicher Recycling-Technologie einsetzen. • Replace: Wir streben an, bestehende Verpackungsmaterialien durch ökologisch nachhaltigere Lösungen oder Materialien zu ersetzen, z. B. durch recycelte Kunststoffe und Kunststoffe aus erneuerbaren Quellen wie pflanzlichen Reststoffen oder Nebenprodukten aus anderen Industrien. Für Aluminiumverpackungen setzen wir nicht nur auf recyceltes, sondern auch auf Aluminium, dessen Produktion weniger THG-Emissionen freisetzt als herkömmliche Verfahren.
Umfang	Produktdesign, vorgelagerte Lieferkette, Produktlebensende, weltweites Produktsortiment
Zeithorizont	2030 ¹
Erwartetes Ergebnis	Mit der Umsetzung dieser Maßnahmen wollen wir unsere verpackungsbedingten THG-Emissionen deutlich reduzieren. Wir erwarten, dass diese Maßnahme einen Beitrag von 16 % zur Erreichung unserer Emissionsreduktionsziele in Scope 3 leistet. Die Maßnahmen sollen außerdem zur Erreichung der im Kapitel „ESRS E5 – Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft“ beschriebenen spezifischen Ziele beitragen.
Fortschritt	Die quantifizierten Emissionsminderungen nach Scope sowie signifikante Emissionskategorien sind in der Tabelle „THG-Kennzahlen“ im Kennzahlen-Abschnitt des vorliegenden Kapitels zu finden.

¹ In der 2025 erfolgten Überarbeitung des „Climate Transition Plan“ haben wir den Zeitrahmen für unsere Maßnahmen entsprechend unserem neuen Reduktionsziel von 2032 auf 2030 angepasst. Dies gilt für alle nachstehend genannten Maßnahmen in diesem Kapitel.

Rohstoffe

Maßnahme	Unser Ziel ist es, die Produktformeln schrittweise ökologischer zu gestalten und gleichzeitig die hohe Qualität unserer Produkte zu gewährleisten. Wir planen, zwei Hauptmaßnahmen umzusetzen: • Erneuerbare Materialien und alternative Produktionstechnologien: Neben der Erhöhung des Anteils erneuerbarer Materialien wollen wir auf verantwortungsvoll beschaffte Materialien mit geringem oder keinem Einfluss auf Landnutzungsänderungen, pflanzliche Materialien oder Nebenstrom-Materialien setzen. Alternative Produktionsprozesse, die weniger Energie benötigen und Prozessemissionen eliminieren, stellen ebenfalls einen wichtigen Hebel dar. • Reformulierung: Der Ersatz fossiler und tierischer Inhaltsstoffe durch erneuerbare Inhaltsstoffe erfordert möglicherweise eine Reformulierung unserer Produkte, da Ersatzstoffe wahrscheinlich andere Eigenschaften aufweisen. Ebenso müssen wir unsere Formulierungen an Verpackungsänderungen mit mehr recyceltem Inhalt und nachhaltigerem Design anpassen.
Umfang	Produktdesign, vorgelagerte Lieferkette, Produktlebensende, globale Lieferkette
Zeithorizont	2030
Erwartetes Ergebnis	Durch den Ersatz tierischer Rohstoffe können THG-Emissionen in der vorgelagerten Lieferkette und durch die Vermeidung fossiler Rohstoffe Emissionen am Ende des Produktlebenszyklus vermieden werden. Wir erwarten, dass diese Maßnahme einen Beitrag von 10 % zur Erreichung unserer Emissionsreduktionsziele in Scope 3 leistet.
Fortschritt	Die quantifizierten Emissionsminderungen nach Scope sowie signifikante Emissionskategorien sind in der Tabelle „THG-Kennzahlen“ im Kennzahlen-Abschnitt des vorliegenden Kapitels zu finden.

Transformation von Produktformaten

Maßnahme	Wir haben zwei Hebel identifiziert, um den CO₂-Fußabdruck eines Produkts („Product Carbon Footprint“, PCF) weiter zu reduzieren: - Umstellung auf konzentrierte Formeln: Den Wasseranteil in Produktformeln zu reduzieren bzw. zu minimieren könnte die THG-Emissionen aus dem Transport und, noch bedeutender, aus der Verpackung verringern. Der Wechsel von einer flüssigen zu einer festen Formel könnte ebenfalls die Verpackungsintensität senken und den Kunststoffverbrauch sowie den damit verbundenen CO₂-Fußabdruck bei der Produktion reduzieren. - Formatwechsel: Der CO₂-Fußabdruck eines Produkts kann je nach Format erheblich variieren. Wir arbeiten mit unseren Partnern in der Wertschöpfungskette zusammen, um alternative Formate zu erforschen, während wir gleichzeitig die Vorteile für die Verbraucher*innen erhalten.
Umfang	Produktdesign, vorgelagerte Lieferkette, Produktlebensende, globale Lieferkette
Zeithorizont	2030
Erwartetes Ergebnis	Diese Maßnahmen sollen zu einer weiteren Reduktion von Emissionen führen, um unser Net-Zero-Ziel zu erreichen. Unser Ziel ist es, verschiedene Optionen zu erkunden und bis 2030 die Akzeptanz der Verbraucher*innen sicherzustellen. Die Ergebnisse der Maßnahmen werden im Hebel Verpackung und Rohstoffe sichtbar sein.
Fortschritt	Die durch die Umstellung von Produktformaten erzielte Emissionsminderung zeigt sich in der Veränderung der Emissionen, die mit Verpackungen und Rohstoffen verbunden sind. Die quantifizierten Emissionsminderungen nach Scope sowie signifikante Emissionskategorien sind in der Tabelle „THG-Kennzahlen“ im Kennzahlen-Abschnitt des vorliegenden Kapitels zu finden.

Logistik

Maßnahme	Unsere Ziele im Bereich Transport und Lagerhaltung umfassen die Optimierung von Energieeffizienz und Kraftstoffverbrauch: - Wir streben an, Luftfracht zu vermeiden und auf weniger energieintensive Transportmodi umzusteigen, indem wir beispielsweise den Transport unserer Waren von Lkw auf die Schiene verlagern, wo immer dies möglich und finanziell tragbar ist. - Kurzfristig möchten wir fossile Brennstoffe durch Biokraftstoffe ersetzen. In einigen Regionen Europas nutzen unsere Lkw-Transportdienstleister Biokraftstoffe für den Transport unserer Produkte. Seit 2021 kaufen wir über Zertifikate massenbilanzierten Biokraftstoff aus Abfallströmen für unsere globalen Seefrachtlieferungen. Durch einen Massenbilanzansatz wollen wir dazu beitragen, die Gesamtmenge an Biotreibstoff in der globalen Seefrachtindustrie zu erhöhen. Dennoch lässt sich nicht zuverlässig nachverfolgen, ob die Schiffe, die unsere Produkte transportieren, tatsächlich mit Biokraftstoff betrieben werden. - Zum Antrieb von Lkws untersuchen wir die Nutzung alternativer Energiequellen wie Elektrizität und Gas. Dies umfasst u. a., dass wir Finanzierungsoptionen und Partnerschaften mit Herstellern in Betracht ziehen, um den Übergang zu elektrisch betriebenen Lkws zu erleichtern. - Wir möchten Möglichkeiten zur Ladeoptimierung identifizieren, die potenziell zur Reduzierung von Emissionen beitragen können. Dazu gehören die Bestimmung unterausgelasteter Bereiche, die Erhöhung der Kapazitätsauslastung, die Verwendung leichterer Paletten und die Optimierung von Stapeltechniken für Paletten. Außerdem streben wir an, ein Transportmanagementsystem zur Automatisierung von Prozessen zu implementieren. - Durch die Zusammenarbeit mit Logistikdienstleistern können wir neue Transporttechnologien verstehen und umsetzen sowie Lkw-Fahrer*innen darin schulen, effizienter zu fahren. - In unseren externen Warenlagern fordern wir von unseren Partnern die Nutzung erneuerbarer Energien.
Umfang	Globaler Transport von Fertigwaren und externe Lagerdienstleistungen
Zeithorizont	2030
Erwartetes Ergebnis	Diese Maßnahmen sollen uns dabei helfen, unser Ziel der Emissionsreduzierung im Bereich Transport zu erreichen. Wir erwarten, dass diese Maßnahme einen Beitrag von 4 % zur Erreichung unserer Emissionsreduktionsziele in Scope 3 leistet.
Fortschritt	Im vorgelagerten Transport ist eine Reduktion der Emissionen zu beobachten. Die quantifizierten Emissionsminderungen nach Scope sowie signifikante Emissionskategorien sind in der Tabelle „THG-Kennzahlen“ im Kennzahlen-Abschnitt des vorliegenden Kapitels zu finden.

Lieferantenengagement

Maßnahme	Um unsere Scope-3-Emissionen zu reduzieren und letztendlich unser Net-Zero-Ziel zu erreichen, treten wir mit unseren Lieferanten durch verschiedene Maßnahmen in den Dialog über Rohstoffe, Verpackung, Logistik, Medien und die externe Produktion. Wir konzentrieren uns auf folgende Aspekte: • Offenlegung des Treibhausgasinventars • Festlegung von kurz- und langfristigen wissenschaftsbasierten Emissionsreduktionszielen • Nutzung erneuerbarer Energien • Wissensaustausch und Selbstbefähigung • Austausch von PCF-Daten • Zusammenarbeit bei Innovationen und technologischer Entwicklung Unsere Ansätze für die Einbindung der Lieferanten werden je nach deren Reife im Klimamanagement sowie der Bedeutung eines jeden Lieferanten für unser Treibhausgasinventar, unsere Materialien oder Dienstleistungen angepasst.
Umfang	Vorgelagerte Wertschöpfungskette, Rohstoff-Lieferanten, Verpackung, Logistik, Medien und Drittanbieterfertigung weltweit
Zeithorizont	2030
Erwartetes Ergebnis	Wir erwarten, dass durch unser Engagement unsere Lieferanten die Bedeutung von Klimaschutzmaßnahmen und die Notwendigkeit innovativer kohlenstoffarmer Lösungen erkennen. Langfristig soll dieses Engagement ermöglichen, unsere Scope-3-Emissionen zu reduzieren. Diese Reduktionen werden in den Hebeln Verpackungen, Rohstoffe und Logistik sichtbar werden.
Fortschritt	Die durch die Einbindung von Lieferanten erreichte Emissionsreduzierung spiegelt sich in verschiedenen Scope-3-Kategorien wider. Die quantifizierten Emissionsminderungen nach Scope sowie signifikante Emissionskategorien sind in der Tabelle „THG-Kennzahlen“ im Kennzahlen-Abschnitt des vorliegenden Kapitels zu finden.

Zusammenarbeit mit Handelspartnern

Maßnahme	Im Unternehmensbereich Consumer nehmen wir an Veranstaltungen, Programmen, Kampagnen und Plattformen unserer Einzelhändler sowie an strategischen Dialogen zu Nachhaltigkeitsaspekten wie dem Klimaschutz teil. Wir stellen den Einzelhändlern außerdem unsere neuesten Nachhaltigkeitsdaten zur Verfügung. Unsere Mitarbeitenden in relevanten Funktionen teilen ihr Wissen über unsere Nachhaltigkeitsagenda, Ziele, Fortschritte und konkrete Maßnahmen mit Einzelhandelskunden und anderen Geschäftspartnern. Diese Aktivitäten helfen uns, eine ökologisch nachhaltigere Lieferkette zu schaffen und gleichzeitig die Bedürfnisse und Erwartungen der Verbraucher*innen in einem zunehmend umweltbewussten Markt zu berücksichtigen. Im Unternehmensbereich tesa arbeiten wir mit unseren Handelspartnern zusammen, um optimierte Produkte und Verpackungen zu entwickeln – z. B. durch Projekte zur Steuerung von Transport und Logistik oder durch Teilnahme an Brancheninitiativen und Arbeitsgruppen. Auch hier arbeiten wir mit unseren Einzelhandelskunden zusammen, um Emissionen mit einem besonderen Fokus auf Scope 3 zu reduzieren.
Umfang	Nachgelagerte Wertschöpfungskette, Einzelhandelskunden und Handelspartner weltweit
Zeithorizont	2030
Erwartetes Ergebnis	Die Einbindung unserer Kund*innen kann ein gemeinsames Verständnis der Klimaherausforderungen unserer Branche fördern, die Entwicklung einer harmonisierten Methodik für Treibhausgasbilanzierung und Datenaustausch voranbringen sowie Endverbraucher*innen dazu befähigen, Entscheidungen mit weniger negativen Umweltauswirkungen zu treffen.
Fortschritt	Der Dialog mit Kund*innen und Partnern führt nicht zu einer direkten Reduzierung der Emissionen. Die quantifizierten Emissionsminderungen nach Scope sowie signifikante Emissionskategorien sind in der Tabelle „THG-Kennzahlen“ im Kennzahlen-Abschnitt des vorliegenden Kapitels zu finden.

Ziele im Zusammenhang mit dem Klimawandel

Beiersdorf hat sich ehrgeizige Ziele gesetzt, um die Folgen des Klimawandels für unseren Planeten und die Gesellschaft zu mindern und den identifizierten Risiken sowie der ermittelten Chance für das Geschäft Rechnung zu tragen. Unsere konzernweiten kurz- und langfristigen Ziele – mit Meilensteinen bis 2025, 2030 und dem Erreichen von Net-Zero bis 2045 – wurden von der SBTi validiert. Diese Bestätigung zeigt, dass unsere Ziele wissenschaftsbasiert sind und dem SBTi-Standard folgend im Einklang mit dem 1,5-Grad-Ziel des „Pariser Abkommens“ stehen.

Beiersdorf hat sämtliche Klimaziele für 2025 erfolgreich erreicht – sowohl auf Konzernebene als auch in den einzelnen Unternehmensbereichen. Damit markiert das Unternehmen einen entscheidenden ersten Meilenstein auf dem Weg zu Net Zero.

Im Einklang mit den Anforderungen der CSRD haben wir unseren kurzfristigen Zeitrahmen von 2032 auf 2030 verkürzt und unsere wissenschaftsbasierten Ziele für Scope 1, 2 und 3 angepasst.

Die Unternehmensbereiche Consumer und tesa haben jeweils spezifische Klimaziele definiert, die ihren unterschiedlichen geschäftlichen Kontexten entsprechen und gleichzeitig zu den übergeordneten Klimazielen des Beiersdorf Konzerns beitragen. Diese Ziele sind Bestandteil der Verpflichtungen, die in der „Beiersdorf Environmental Policy“ des Unternehmensbereichs Consumer und in der „tesa Environmental & Energy Policy“ des Unternehmensbereichs tesa festgelegt sind.

Die Ziele zur Reduktion von THG-Emissionen wurden in einem funktionsübergreifenden Top-down/Bottom-up-Ansatz entwickelt, der auf die anfängliche Umsetzung der „Task Force on Climate-related Financial Disclosures“ (TCFD) folgte. Insbesondere wurden die Funktionen Forschung und Entwicklung (F&E), Supply Chain, Marketing und Finanzen über mehrere Workshops eingebunden und es wurden technologische Machbarkeitsanalysen durchgeführt. Begleitend zur Zielerarbeitung wurden diverse Ansätze mit unserem strategischen Partner, der NGO „World Wide Fund for Nature“ (WWF), diskutiert. So wurden alle relevanten Perspektiven und geschäftlichen Risiken von Anfang an berücksichtigt.

Die in diesem Kapitel offengelegten Ziele beziehen sich hauptsächlich auf das wesentliche Thema des Klimaschutzes. Im Bereich der Anpassung an den Klimawandel haben wir Ziele im Zusammenhang mit nachhaltiger Produktinnovation festgelegt (siehe [„ESRS E5 – Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft“](#)) und setzen Maßnahmen zur Diversifizierung unserer Materialbeschaffung um (siehe [„ESRS E4 – Biologische Vielfalt und Ökosysteme“](#)).

Die nachstehende Tabelle gibt einen Überblick über die Emissionsreduktionsziele des Konzerns und der einzelnen Unternehmensbereiche. Alle Klimaziele von Beiersdorf beziehen sich auf absolute Reduktionen – unabhängig vom Geschäftswachstum. Unser Ziel bleibt es, sowohl das Volumen als auch den Umsatz zu steigern, was die Erreichung der Klimaziele zu einer Herausforderung macht. Mit den identifizierten Dekarbonisierungshebeln und den dafür eingeplanten Ressourcen erachten wir die Realisierung der gesetzten Klimaziele jedoch für machbar.

Klimaziele

		Zieljahr	Reduktionsziel (%)	Basisjahr Emissionen 2018 (tCO ₂ e)	Emissionen in 2025 (tCO ₂ e)	Prozentuale Zielerreichung 2025 (%)
Konzern	Scope 1 & 2 ¹	2025	-30	143.937	62.708	-56
	Scope 3		-10	1.904.602	1.424.237	-25
Consumer	Scope 1 bis 3 ²		-30	1.566.707	1.054.570	-33
Konzern	Scope 1 & 2 ¹	2030 ³	-61	143.937	62.708	-56
	Scope 3		-30	2.403.969	1.890.075	-21
Consumer	Scope 1 bis 3 ²		-35	1.963.324	1.420.022	-28
tesa	Scope 3		-20	501.369	491.343	-2
Konzern	Scope 1 & 2 ¹	2045	-90	143.937	–	–
	Scope 3		-90	2.638.799	–	–

¹ Der Anteil der Scope-1-Emissionen an den gesamten Scope-1- und -2-Emissionen im Basisjahr betrug 77 % und der Anteil der Scope-2-Emissionen 23 %. Die Berechnung der Scope-2-Emissionen erfolgt nach der Market-Based-Methode.

² Der Anteil an den gesamten THG-Emissionen betrug im Basisjahr: für Scope 1 ca. 4 %, für Scope 2 ca. 1 %, und für Scope 3 ca. 95 %.

³ Im Vergleich zum branchenübergreifenden Reduktionspfad gemäß dem „SBTi Net Zero Standard Version 1“ beträgt ein mit 1,5 Grad kompatibler Referenzzielwert auf Basis des Referenzjahres 2018 für das Jahr 2030 50,4 % und für das Jahr 2045 90 %.

Zusätzlich zu den Emissionsreduktionszielen verfolgt Beiersdorf die Ambition, bis 2030 eine klimaneutrale Produktion zu erreichen. Dies bedeutet, die Scope-1- und Scope-2-Emissionen der Produktionsstätten um mindestens 90 % zu reduzieren und die maximal verbleibenden 10 % der Emissionen durch Projekte zur Kohlenstoffentnahme auszugleichen. Im Berichtsjahr haben wir Klimaneutralität für sieben von 21 Produktionsstandorten erreicht.

Seit 2020 hat Beiersdorf das Ziel erreicht, 100 % des Stroms, der von durch die Datenerhebung erfassten Standorten eingekauft wird, aus erneuerbaren Energiequellen zu beziehen. Dieses Ziel wird weiterhin eingehalten.⁸

Das Basisjahr 2018 wurde gewählt, da dies das Jahr mit den aktuellen verfügbaren Daten war, als Beiersdorf 2019 erstmalig sein kurzfristiges Ziel an die SBTi übermittelt hat. Es wurden keine herausragenden externen Faktoren identifiziert, die die Repräsentativität der Daten für 2018 beeinträchtigen würden. Die Geschäftsaktivitäten von Beiersdorf sind seit 2018 trotz der Corona-Pandemie sowie der Akquisitionen und Veräußerungen im Laufe der Jahre unverändert geblieben. Für Akquisitionen und Veräußerungen seit 2018 haben wir den Bezugswert gemäß unserer Anpassungsrichtlinie neu berechnet, die in Anlehnung an das „GHG Protocol“ entwickelt wurde.

Zielgrenzen

Unsere Ziele zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen umfassen alle THG-Emissionen gemäß „Kyoto-Protokoll“ ohne Berücksichtigung von THG-Entnahmen, CO₂-Zertifikaten oder vermiedenen Emissionen, aber inklusive der Nutzung von Biokraftstoff-Zertifikaten für Transportemissionen als Reduktionsmaßnahme für Scope-3-Emissionen. Für Scope-3-Emissionen, die indirekt und außerhalb unserer Betriebsabläufe anfallen, haben wir verschiedene Emissionskategorien für unterschiedliche Zieljahre berücksichtigt. Ziel ist es, unsere Ressourcen auf bedeutende Emissionskategorien zu konzentrieren und gleichzeitig die Abdeckung unserer Emissionen in unseren Klimazielen schrittweise zu erweitern.

Die für unser Ziel 2025 eingeschlossenen Scope-3-Emissionskategorien waren:

- Scope 3.1: Eingekaufte Waren und Dienstleistungen – Rohstoffe, Verpackungsmaterialien und Dienstleistungen von Drittherstellern
- Scope 3.4: Vorgelagerter Transport und Vertrieb, einschließlich Transport von Fertigwaren und Lagerung durch Dritte
- Scope 3.6: Geschäftsreisen

Für die Ziele 2030 und 2045 haben wir die Zielgrenzen angepasst, indem wir die für 2025 bereits eingeschlossenen Scope-3-Emissionskategorien um folgende Kategorie ergänzt haben:

- Scope 3.12: End-of-Life-Behandlung von verkauften Produkten

tesa hat im eigenen Scope-3-Emissionsziel 2030 darüber hinaus weitere Kategorien (Kategorie 3.3, 3.5, 3.7) eingeschlossen, die in diesem Bericht und in der Zielerreichung nicht berichtet und enthalten sind.

Für die Ziele 2045 haben wir unsere Zielgrenze erweitert, um 90 % der Scope-3-Emissionen einzuschließen. Damit sind nun enthalten:

- Scope 3.1: Eingekaufte Waren und Dienstleistungen – Mediendienste, Mehrwertdienste (Value Added Services, VAS) und Point-of-Sale-Materialien (POS)
- Scope 3.3: Aktivitäten im Zusammenhang mit Brennstoffen und Energie
- Scope 3.5: Abfälle aus dem Betrieb
- Scope 3.7: Arbeitswege der Mitarbeitenden

⁸ Umfasst nur Standorte, die durch die Datenerhebung erfasst sind. Beiersdorf bezieht Strom aus erneuerbaren Quellen direkt von Energieversorgern oder erwirbt „International Renewable Energy Certificates“ (IRECs), europäische Herkunftsnachweise oder länderspezifische Zertifikate beim Stromkauf.

Unsicherheit und externe Abhängigkeiten

Unsere Klimaziele und die dazugehörige Minderungsstrategie basieren auf einer quantitativen Simulation, die eine Reihe von Szenarien umfasst. Dazu gehören die Net-Zero-Übergangspläne 2050 für die globalen Energie-, Chemie- und Aluminiumsektoren sowie die Net-Zero-Selbstverpflichtungen der weltweit größten Volkswirtschaften wie der EU, der USA und Chinas. Diese Klimaszenarien bieten uns wertvolle Einblicke in die Einsatzfähigkeit innovativer, für die THG-Reduktion erforderlicher Technologien, Veränderungen im Verhalten von Verbraucher*innen, den Ausbau erneuerbarer Energien und potenzielle regulatorische Entwicklungen. Die Erreichung unserer Klimaziele hängt maßgeblich von der Umsetzung der genannten Net-Zero-Pläne und -Verpflichtungen ab.

Kennzahlen im Zusammenhang mit dem Klimawandel

Wir berechnen unsere THG-Emissionen gemäß den Anforderungen des „GHG Protocol“ ([„Corporate Accounting and Reporting Standard“](#), [„GHG Scope 2 Guidance“](#) und [„Corporate Value Chain \(Scope 3\) Standard“](#)). Das „GHG Protocol“ spezifiziert verschiedene Konsolidierungsansätze für die Erfassung und Berichterstattung von THG-Emissionen. Bei der Berechnung unserer Emissionen haben wir einen finanziellen Konsolidierungsansatz angewendet, der mit der Finanzberichterstattung übereinstimmt. Ein Vergleich zwischen dem Ansatz der finanziellen Kontrolle und der operativen Kontrolle zeigt keine wesentlichen Unterschiede für Beiersdorf in Bezug auf die THG-Bilanzierung.

Wir erfassen alle Treibhausgase in unserer THG-Bilanzierung gemäß dem „Kyoto-Protokoll“. Dazu gehören Kohlendioxid (CO₂), Methan (CH₄), Lachgas (N₂O), Schwefelhexafluorid (SF₆), Perfluorkohlenwasserstoffe (PFC), Fluorkohlenwasserstoffe (FKW) und Stickstofftrifluoride (NF₃).

Energieverbrauch, Scope-1- und Scope-2-Emissionen

Wir erfassen, konsolidieren und analysieren unsere betrieblichen Energiedaten, um unsere globalen Scope-1- und Scope-2-Emissionen zu berechnen. Die kontinuierliche Datenerfassung hilft uns, die Wirksamkeit unserer Maßnahmen zu überprüfen und weitere Einsparpotenziale im Bereich Energie und Emissionen zu identifizieren.

Im Unternehmensbereich Consumer werden Energiedaten an allen Produktionsstandorten, in den von uns betriebenen Lagern sowie in Büros mit mehr als 50 Mitarbeitenden (Vollzeitäquivalente, FTEs) erfasst. Bei tesa werden Energiedaten an allen nach ISO 14001 zertifizierten Standorten und Büros mit mehr als 40 FTEs erfasst, einschließlich sechs Produktionsstandorten und der Unternehmenszentrale. Einige Verwaltungsbüros sind von der Datenerfassung ausgeschlossen. Energieverbrauch und Emissionen von Tochtergesellschaften, die von der Datenerfassung ausgeschlossen sind oder nach der Validierung nicht berücksichtigt werden, werden geschätzt. Die Schätzung basiert auf dem durchschnittlichen Energieverbrauch und den Emissionen pro FTE in Büros mit validierten Daten sowie der Anzahl der FTEs in diesen Tochtergesellschaften. So decken die berichteten Energie- sowie Scope-1- und Scope-2-Emissionen alle unter der finanziellen Kontrolle stehenden Tochtergesellschaften ab.

Die in unseren Scope-1- und Scope-2-Berechnungen verwendeten Emissionsfaktoren stammen vom IPCC sowie ergänzend von unseren Energieversorgern und der IEA. Weitere Emissionen, wie beispielsweise durch Dampf aus Fernwärme, werden mithilfe der „GaBi-Datenbanken“ des Anbieters „Sphera“ berechnet oder, wenn nicht verfügbar, mit Faktoren des britischen „Department for Energy Security and Net Zero“ (DESNZ).

Scope-1- und Scope-2-Emissionen werden berechnet, indem die erfassten Energiedaten mit den Emissionsfaktoren der jeweiligen Energietypen multipliziert werden. Unsere Scope-2-Emissionen werden sowohl nach einem standortbasierten als auch nach einem marktbezogenen Ansatz berechnet. Unser konzernweites Klimaziel verwendet jedoch einen marktbezogenen Ansatz für Scope-2-Emissionen. Dieser Ansatz spiegelt die Emissionen aus dem Stromverbrauch wider, den die

Unternehmen gezielt gewählt haben (oder mangels Wahlmöglichkeiten nutzen). Er verwendet Emissionsfaktoren, die aus vertraglichen Vereinbarungen abgeleitet sind. Wenn keine marktbezogenen Emissionen verfügbar sind, wird auf eine standortbasierte Berechnung zurückgegriffen, die den Residualmix des jeweiligen Landes oder der Region verwendet.

Der Prozess der Energiedatenerfassung, Zuordnung von Emissionsfaktoren und Berechnung der Emissionen wird über die „Corporate Sustainability Software“ von „Sphera“ verwaltet. Mit diesem Tool können wir Scope-1- und Scope-2-Daten zentral verwalten. Zudem profitieren wir von automatischen Updates der Emissionsfaktoren und flexiblen Berichtsfunktionen.

Für den Unternehmensbereich tesa wurde das Basisjahr 2018 im Berichtsjahr aufgrund einer verbesserten Datenlage neu berechnet.

Wenn an unseren Standorten Biogas verwendet wird, werden biogene Emissionen außerhalb von Scope 1 separat ausgewiesen und nicht in Scope 1 aufgenommen. In diesem Zusammenhang erworbene Biogas-Zertifikate sind international anerkannt und sollen eine doppelte Anrechnung von THG-Reduktionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette verhindern. Sie basieren auf einem Massenbilanzansatz. Dabei wird das Biogas nicht physisch erworben, sondern durch Zertifikate nachgewiesen, dass das Gas ins europäische Gasnetz eingespeist wurde. Aktuell gibt es vom „GHG Protocol“ noch keine klaren Richtlinien zur Einbeziehung solcher Zertifikate. Wir beobachten die entsprechenden Biogas-Bilanzierungsstandards genau und sind bestrebt, unsere Berichterstattung an weiterentwickelte und neue Standards anzupassen, sobald diese veröffentlicht werden.

Die manuelle Datenerfassung ist ein fehleranfälliger und zeitaufwändiger Prozess, der für uns eine Einschränkung darstellt. Wir haben einen internen Validierungsprozess definiert und untersuchen derzeit Möglichkeiten für eine stärker automatisierte und digitalisierte Datenerfassung.

Energieverbrauch und -produktion

Energieverbrauch und -mix	Einheit	Consumer		tesa		Konzern	
		2024	2025	2024 ¹	2025	2024	2025
Kraftstoffverbrauch aus Kohle und Kohleprodukten	MWh	–	–	–	–	–	–
Kraftstoffverbrauch aus Rohöl und Erdölprodukten	MWh	43.846	41.018	635	842	44.481	41.860
Kraftstoffverbrauch aus Erdgas	MWh	66.517	45.027	203.506	153.678	270.023	198.705
Kraftstoffverbrauch aus anderen fossilen Quellen	MWh	–	–	–	–	–	–
Verbrauch von zugekauftem oder erworbenem Strom, Wärme, Dampf oder Kälte aus fossilen Quellen	MWh	10.235	11.054	1.144	1.018	11.379	12.072
Gesamter fossiler Energieverbrauch	MWh	120.598	97.099	205.285	155.538	325.883	252.637
Anteil fossiler Energieträger am Gesamtenergieverbrauch	%	36	29	64	50	50	39
Verbrauch aus Kernenergiequellen	MWh	–	–	–	–	–	–
Anteil des Verbrauchs aus Kernenergie am gesamten Energieverbrauch	%	–	–	–	–	–	–
Kraftstoffverbrauch aus erneuerbaren Quellen (einschließlich Biomasse, Biokraftstoffe usw.)	MWh	66.927	88.587	45.000	94.852	111.927	183.439
Verbrauch von zugekauftem oder erworbenem Strom, Wärme, Dampf und Kälte aus erneuerbaren Quellen	MWh	136.708	137.162	65.541	53.990	202.249	191.152
Verbrauch von selbst erzeugter erneuerbarer Energie ohne Brennstoff	MWh	9.337	12.207	4.067	9.673	13.404	21.880

Energieverbrauch und -produktion

Energieverbrauch und -mix	Einheit	Consumer		tesa		Konzern	
		2024	2025	2024 ¹	2025	2024	2025
Gesamtenergieverbrauch aus erneuerbaren Quellen	MWh	212.972	237.956	114.608	158.515	327.580	396.471
Anteil erneuerbarer Energiequellen am Gesamtenergieverbrauch	%	64	71	36	50	50	61
Gesamtenergieverbrauch	MWh	333.570	335.055	319.893	314.060	653.463	649.115
Gesamtenergieverbrauch aus Aktivitäten in Sektoren mit hoher Klimabelastung	MWh	333.570	335.055	319.893	314.060	653.463	649.115
Energieerzeugung							
Erzeugung nicht erneuerbarer Energie	MWh	–	–	9.832	5.168	9.832	5.168
Erzeugung erneuerbarer Energie	MWh	14.891	16.461	19.794	37.762	34.685	54.223

¹ Die Methodik wurde gemäß den Anforderungen der ESRS angepasst.

Vertragliche Instrumente

	Einheit	Consumer	tesa	Konzern
Anteil des bezogenen erneuerbaren Stroms, der gemeinsam mit Herkunftsnachweisen (gebündelte Instrumente) erworben wurde	%	52	–	37
Anteil des bezogenen erneuerbaren Stroms, der mit separaten Herkunftsnachweisen (ungebündelte Instrumente) erworben wurde	%	48	100	63

Beim Strombezug über vertragliche Instrumente werden Energie und ökologische Eigenschaften gemeinsam über einen grünen Tarif erworben, sodass uns die Nutzung erneuerbarer Energien automatisch angerechnet wird. Ohne vertragliche Instrumente erfolgt der Stromeinkauf getrennt von der Zuweisung ökologischer Eigenschaften. Wir beziehen Strom von einem Anbieter und erwerben ergänzend Zertifikate für erneuerbare Energien („Renewable Energy Certificates“, RECs).

Scope-3-Emissionen

Der „GHG Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard“ klassifiziert Scope-3-Emissionen in 15 Kategorien. Die Klimaziele von Beiersdorf umfassen verschiedene Emissionskategorien gemäß den Leitlinien der SBTi. Gemäß den Anforderungen der „European Sustainability Reporting Standards“ (ESRS) sind Unternehmen verpflichtet, signifikante Scope-3-Kategorien offenzulegen. In diesem Bericht werden Scope-3-Kategorien dargestellt, die als signifikant bewertet wurden und in ihrer Gesamtheit in unsere Zielgrenze für 2030 einbezogen sind. Andere, ebenfalls quantifizierte Kategorien wurden in der Signifikanzanalyse als nicht signifikant identifiziert und werden in diesem Berichtsjahr nicht offengelegt.

Screening und Priorisierung

Auf Basis eines wirtschaftlichen und ökologischen Input-Output-Modells (EEIO) identifizierte Beiersdorf zunächst die relevantesten Scope-3-Emissionskategorien anhand von Ausgabendaten. Das EEIO-Modell bewertet den Ressourcenverbrauch und die Umweltbelastung entlang der Lieferkette auf Basis internationaler Statistiken und Datenbanken. Diese Analyse ermöglichte es, die Scope-3-Hotspots in der vorgelagerten Lieferkette des Unternehmensbereichs Consumer zu ermitteln. Unter Berücksichtigung der Emissionshöhe, unseres Einflussbereichs und der Einbindungszwecke haben wir die Kategorien ausgewählt, die in unsere Zielgrenze aufgenommen werden und die Mindestanforderungen der SBTi für kurz- und langfristige Ziele erfüllen.

Beiersdorf arbeitet kontinuierlich daran, die Methoden zur Berechnung von THG-Emissionen in den verschiedenen Scope-3-Kategorien zu verbessern. Als ersten Schritt wechseln wir in den meisten Kategorien von der ausgabenbasierten EEIO-Methode zu einem aktivitätsbasierten Ansatz. Die verwendeten Emissionsfaktoren basieren größtenteils auf Branchen-Durchschnittswerten. Wir arbeiten

mit Partnern der Wertschöpfungskette zusammen, um den Austausch von CO₂-Fußabdruck-Daten zu ermöglichen. Dies hilft uns dabei, Dekarbonisierungsmaßnahmen besser umzusetzen und Fortschritte zu überwachen.

Digitalisierung

Wir verfolgen einen ganzheitlichen Ansatz zur Digitalisierung unserer Nachhaltigkeitsprozesse, einschließlich der Berichterstattung. So haben wir Analysetools integriert, ein Rahmenwerk geschaffen und verschiedene Systeme verbunden, um die Berichterstattung zu vereinfachen. Damit können wir Schlüsselkennzahlen wie THG-Emissionen sowie Kennzahlen zu Kunststoffverpackungen und Rohstoffen ganzjährig analysieren und – falls nötig – frühzeitig Maßnahmen ergreifen, um unsere Emissionsreduktionsziele zu erreichen.

Methodik

Die Auswahl der geeigneten Methodik, Datenquellen, Datenbanken und zugrunde liegenden Annahmen für die Berechnung der Scope-3-Emissionen ist eine anspruchsvolle Aufgabe. Unser Ziel ist es, die Genauigkeit und Zuverlässigkeit dieser Messungen im Laufe der Zeit zu verbessern. Die unten beschriebenen Methoden wurden auf der Grundlage unserer Geschäftsgrenzen, Ziele und praktischen Realitäten ausgewählt. Dieser Auswahlprozess umfasst die Berücksichtigung der Emissionsarten, branchenspezifischer Anforderungen sowie der Verfügbarkeit von Aktivitätsdaten und Emissionsfaktoren. Wir bemühen uns, umfassende und relevante Datenquellen zu verwenden und automatisierte Datenerfassungssysteme so weit wie möglich zu nutzen. Die für Emissionsfaktoren ausgewählten Datenbanken sind anerkannt und weit verbreitet, was ihre Glaubwürdigkeit erhöht. Wir überwachen die Aktualisierungen der wichtigsten Datenbanken genau und bewerten deren Änderungen und Auswirkungen. Wenn die Emissionsfaktoren und Aktivitätsdaten unsere aktuellen Praktiken und Technologien widerspiegeln, werden aktuellere Daten bevorzugt. Um die Vollständigkeit des THG-Inventars sicherzustellen, wurden Schätzungen für Scopes und Kategorien vorgenommen, bei denen die primäre Datenerhebung herausfordernd ist. Diese Schätzungen basieren auf den erhobenen Primärdaten, die mehr als 93 % ausmachen. Wenn Daten unvollständig sind und Schätzungen erforderlich sind, beziehen wir uns auf die ähnlichsten Fälle aus unseren gesammelten Daten und schätzen auf der Grundlage der Menge oder der Ausgaben der fehlenden Aktivitäten. Dieser systematische Ansatz soll sicherstellen, dass unsere Berechnungen der Scope-3-Emissionen unter den aktuellen Umständen transparent und robust sind.

Die Scope-3-Emissionen unseres Joint Venture NIVEA-Kao werden auf Basis der Ergebnisse von Life Cycle Assessments (LCAs) der im Jahr 2022 erstellten Ökobilanzen für bestimmte Referenzprodukte berechnet. Die in den Vorjahren entstandenen Emissionen haben wir anhand der Menge der verkauften Referenzprodukte abgeschätzt. Die Rohstoff- und Verpackungsemissionen von NIVEA-Kao werden anhand der Stücklisten der Referenzprodukte und der LCA-Emissionsfaktoren berechnet. Die Emissionen des vorgelagerten Transports werden anhand des Produktgewichts, der durchschnittlichen Transportentfernung und der Emissionsfaktoren der verschiedenen Transportarten berechnet. Die berechneten Emissionen sind in den jeweiligen Scope-3-Kategorien enthalten.

Durch die Anwendung der oben beschriebenen Berechnungsmethoden, konnten wir keine signifikanten Messunsicherheiten bei den in diesem Kapitel berichteten Energie- und Emissionskennzahlen feststellen.

Scope 3.1 – Einkauf von Produkten und Dienstleistungen

Consumer

Der Großteil unserer Scope-3-Emissionen entsteht durch die Herstellung von Verpackungen⁹ sowie durch Rohstoffe, die wir für unsere Produkte benötigen. Die Berechnung dieser THG-Emissionen

⁹ In unsere Berechnung beziehen wir Primärverpackungen für Endkonsument*innen und Sekundärverpackungen ein. Verpackungsmaterialien, die im Rahmen von Verpackungsprozessen oder bei der Transportvorbereitung hinzugefügt werden, fallen nicht darunter.

basiert auf Primärdaten zum Materialverbrauch und sekundären Emissionsfaktoren aus LCA-Datenbanken. Wir arbeiten mit Dienstleistern zusammen, um die Daten zu Emissionsfaktoren in LCAs kontinuierlich zu verbessern. 93 % der Verpackungsemissionen und 92 % der Rohstoffemissionen werden nach diesem Ansatz berechnet, die restlichen 7 % der Verpackungsemissionen und 8 % der Rohstoffemissionen werden auf der Grundlage verschiedener Ansätze wie Produkteinheiten, Ausgaben oder durchschnittlichen Emissionen von Referenzprodukten geschätzt, je nach Verfügbarkeit der Daten.

Für ausgelagerte Produktions- und Lageraktivitäten (Scope 3.4) führen wir Lieferantenbefragungen durch, um Primärdaten zum Energieverbrauch und zu Emissionsfaktoren der erworbenen Elektrizität zu erheben¹⁰. Diese Daten werden basierend auf der produzierten Warenmenge oder dem Warenumsatz zugeordnet. Die Berechnungsmethodik ist mit den Scope-1- und Scope-2-Berechnungen für unsere Consumer-Standorte konsistent. Im Jahr 2025 haben die erhobenen Daten 83 % der ausgelagerten Fertigung und 80 % der Lageraktivitäten abgedeckt. Die gemeldeten Emissionen werden anhand der Ausgaben für die Fertigung und des durchschnittlichen Lagerwerts extrapoliert, um alle Emissionen abzudecken.

Die Emissionen aus eingekauften Dienstleistungen basieren auf unserer EEIO-Analyse. Der Übergang zu einem aktivitätsbasierten Ansatz bleibt eine Herausforderung.

tesa

Diese Kategorie umfasst bei tesa Emissionen aus eingekauften Rohstoffen, Verpackungsmaterialien und Produkten von Drittanbietern. Eingekaufte Dienstleistungen sind ausgeschlossen. Die Aktivitätsdaten werden aus dem Einkaufssystem von tesa extrahiert. Zur Berechnung verwenden wir Emissionsfaktoren, die auf Proxys für die Rohstoffproduktion gemäß europäischer Praxis basieren. Für Produkte von Drittanbietern nutzen wir materialbezogene Emissionsfaktoren, die auf Ausgaben basieren. Unsere Datenbank für Emissionsfaktoren wird kontinuierlich aktualisiert. Die berechneten Emissionen decken die gesamte vorgelagerte Wertschöpfungskette ab, von der Rohstoffproduktion bis zu den Tier-1-Lieferanten („cradle to gate“).

Scope 3.4 - Vorgelagerter Transport und Vertrieb

Zur Berechnung der konzernweiten THG-Emissionen aus Transportaktivitäten verwenden wir überwiegend das Tool „EcoTransIT“ gemäß dem europäischen Standard EN 16258. Primärdaten zu Distanzen, Ladungen und verschiedenen Transportmodi werden aus unserem internen Logistiknetzwerk gewonnen und von einem Drittpartner aufbereitet. Die Emissionsfaktoren sind sekundäre Branchen-Durchschnittswerte aus „EcoTransIT“.

Scope 3.6 - Geschäftsreisen

Consumer

Zur Quantifizierung unserer Emissionen aus Geschäftsreisen verwenden wir Primärdaten zu Distanzen und Transportmodi, die entweder aus unserem Reisemanagementsystem exportiert oder direkt von Tochtergesellschaften gemeldet werden. Die Emissionen berechnen wir gemäß der Methodik des „Verbands Deutsches Reisemanagement“ (VDR) unter Berücksichtigung eines „Radiative Forcing Index“ (RFI) von zwei für Flugreisen. Direkt gemeldete Daten werden auf Basis von Daten des „Department for Environment Food and Rural Affairs“ (Defra) berechnet.

tesa

Aus Gründen der Wesentlichkeit werden hier nur Emissionen aus Flugreisen berücksichtigt. Die Berechnung basiert auf den CO₂-Emissionen von Flugreisen der europäischen Gesellschaften von tesa. Die Emissionen werden pro FTE berechnet und mit der Gesamtzahl aller Mitarbeitenden von tesa multipliziert.

¹⁰ Der Datenerhebungszeitraum für ausgelagerte Produktion und Lagerhaltung (Dezember 2024 bis November 2025) weicht vom Berichtszeitraum ab.

Scope 3.12 – Behandlung von Produkten am Ende der Lebensdauer**Consumer**

Diese Emissionen stammen aus zwei Quellen: der Entsorgung von Verpackungen und der biologischen Abbaubarkeit von Inhaltsstoffen. Die Emissionen aus der Entsorgung von Verpackungen werden anhand der Anteile der unterschiedlichen Abfallbehandlungsmethoden in Europa und des Verpackungsgewichts unserer Produkte berechnet. Die Emissionen aus der biologischen Abbaubarkeit der Inhaltsstoffe basieren auf der Annahme, dass der Kohlenstoffgehalt chemischer Inhaltsstoffe abgebaut und als CO₂ freigesetzt wird.

tesa

Die Emissionen in Scope 3.12 umfassen die Entsorgung unserer Produkte und Verpackungen. Wir verwenden rohstoffspezifische Emissionsfaktoren für eigene Produkte und Verpackungen. Für Produkte von Drittanbietern schätzen wir die Emissionen basierend auf dem Verhältnis der Emissionen in Scope 3.1. Zudem berücksichtigen wir regionsspezifische Abfallbehandlungsmethoden, um Emissionsminderungen durch Recycling zu reflektieren. Das Basisjahr 2018 und das Vorjahr 2024 wurden im Berichtsjahr aufgrund einer verbesserten Datenlage neu berechnet.

Nicht offengelegte Scope-3-Emissionen

Beiersdorf hat die Emissionen des Basisjahrs aus Scope 3.1 (eingekaufte Dienstleistungen), 3.2 (Anlagegüter), 3.3 (brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten), 3.5 (Abfälle aus dem Betrieb), 3.7 (Arbeitswege der Mitarbeitenden), 3.9 (nachgelagerter Transport und Vertrieb) und 3.15 (Investitionen) quantifiziert. Diese Kategorien wurden jedoch als nicht signifikant bewertet und sind nicht Teil unseres Klimaziels bis 2030. Daher werden sie in diesem Bericht nicht offengelegt. Scope 3.8, Scope 3.13 und Scope 3.14 sind für Beiersdorf nicht relevant, da wir weder gepachtete Vermögenswerte im Upstream/Downstream-Bereich noch Franchise-Unternehmen haben. Scope 3.10 (Verarbeitung verkaufter Produkte) ist nicht relevant, da sowohl unsere Kosmetik- als auch unsere Klebeprodukte keine weitere Verarbeitung vor der Anwendung benötigen. Was Scope 3.11 betrifft, so haben Beiersdorf-Produkte keine direkten Emissionen in der Nutzungsphase. Indirekte Emissionen in der Nutzungsphase könnten beispielsweise entstehen, wenn Verbraucher*innen warm duschen und unser Duschgel verwenden. Indirekte Emissionen in der Nutzungsphase sind nicht Teil der Ziele, wie von der SBTi gefordert.

THG-Entnahmen und -Minderungsprojekte mittels Emissionsgutschriften

Obwohl Beiersdorf von einer erheblichen Reduzierung der THG-Emissionen bis 2045 ausgeht, werden einige Emissionen verbleiben. Im Einklang mit dem „SBTi Corporate Net Zero Standard“ streben wir an, 10 % der Restemissionen in Scope 1 bis 3 im Rahmen der Systemgrenze unseres Net-Zero-Ziels zu neutralisieren; ungeminderte Emissionen sollen außerhalb der Zielgrenze neutralisiert werden. Wir planen, unsere Net-Zero- und Klimaneutralitätsziele durch hochwertige Projekte für die permanente Kohlenstoffentnahme zu erreichen.

Der Unternehmensbereich Consumer hat in vergangenen Berichtsperioden CO₂-Zertifikate aus CO₂-Entnahmeprojekten beschafft, die sukzessiv stillgelegt werden. Die entsprechenden Initiativen tragen zum globalen Übergang hin zu einer emissionsärmeren Zukunft bei. Sie senken weder unsere Scope-1- bis Scope-3-Emissionen noch leisten sie einen Beitrag zu unseren Emissionsreduktionszielen. Keines dieser Projekte befindet sich in der Europäischen Union; zudem erfüllen die Projekte nicht die Voraussetzungen für eine entsprechende Anpassung gemäß Artikel 6 des Übereinkommens von Paris.

Der Unternehmensbereich tesa investiert derzeit nicht in Projekte zur THG-Entnahme und -Minderung außerhalb seiner Wertschöpfungskette.

	Einheit	2025
Gesamtbetrag der CO ₂ -Zertifikate	tCO ₂ e	160.656
Gesamtmenge der Kohlenstoffgutschriften außerhalb der Wertschöpfungskette, die im Berichtszeitraum beschafft aber noch nicht stillgelegt wurden	tCO ₂ e	0
Anteil der Entnahmeprojekte aus biogenen Senken	%	100
Prozentsatz für anerkannten Qualitätsstandard – Verra	%	100

Scope 1-3 Emissionen

		Consumer				% Reduktion 2025 vs. 2018	tesa			% Reduktion 2025 vs. 2018	Konzern			% Reduktion 2025 vs. 2018
		2018	2024	2025	2018		2024	2025	2018		2024	2025		
Einheit		2018	2024	2025		2018	2024	2025		2018	2024	2025		
Scope-1-Emissionen														
Brutto-Scope-1-Emissionen	tCO ₂ e	44.537	24.729	19.542	-56	66.029	50.940	41.005	-38	110.566	75.669	60.547	-45	
Anteil Scope-1-Emissionen unter regulierten Emissionshandelssystemen	%	–	–	–		28	30	47		17	20	32		
Scope-2-Emissionen														
Standortbasierte Brutto Scope-2-Emissionen	tCO ₂ e	60.132	55.659	56.374	-6	24.358	26.630	23.202	-5	84.490	82.289	79.576	-6	
Marktbasierte Brutto Scope-2-Emissionen	tCO ₂ e	16.187	1.464	1.748	-89	17.184	477	413	-98	33.371	1.941	2.161	-94	
Gesamte Scope-1- und -2-Emissionen														
Gesamte Scope-1- und Scope-2-Emissionen (standortbasiert)	tCO ₂ e	104.669	80.388	75.916	-27	90.387	77.570	64.206	-29	195.056	157.958	140.122	-28	
Gesamte Scope-1- und Scope-2-Emissionen (marktbasiert)	tCO ₂ e	60.724	26.193	21.290	-65	83.213	51.416	41.418	-50	143.937	77.609	62.708	-56	
Wesentliche Scope-3-Emissionen														
Kategorie 1: Eingekaufte Waren und Dienstleistungen	tCO ₂ e	1.330.395	1.002.691	893.559		337.904	339.571	340.990		1.668.299	1.342.262	1.234.549		
Rohmaterial	tCO ₂ e	658.240	519.245	486.705		263.497	258.017	265.430		921.737	777.262	752.135		
Verpackungsmaterial	tCO ₂ e	635.201	467.436	383.993		15.712	14.531	11.898		650.913	481.967	395.891		
Herstellung von Fertigwaren	tCO ₂ e	36.954	16.010	22.861		58.695	67.023	63.662		95.649	83.033	86.523		
Kategorie 4: Vorgelagerter Transport und Vertrieb	tCO ₂ e	145.657	122.310	120.539		46.338	42.081	42.669		191.995	164.391	163.208		
Transport von Fertigwaren	tCO ₂ e	133.922	120.687	114.659		46.338	42.081	42.669		180.260	162.768	157.328		
Lagerung	tCO ₂ e	11.735	1.623	5.880		0	0	0		11.735	1.623	5.880		
Kategorie 6: Geschäftsreisen	tCO ₂ e	29.931	31.854	20.797		14.377	5.473	7.298		44.308	37.327	28.095		
Gesamte Scope-3-THG-Emissionen innerhalb der Zielgrenze für 2025	tCO ₂ e	1.505.983	1.156.855	1.034.895		398.619	387.125	390.957		1.904.602	1.543.980	1.425.852		

Scope 1-3 Emissionen

	Einheit	Consumer				tesa				Konzern			
		2018	2024	2025	% Reduktion 2025 vs. 2018	2018	2024	2025	% Reduktion 2025 vs. 2018	2018	2024	2025	% Reduktion 2025 vs. 2018
Gesamte THG-Emissionen Scope 3 innerhalb der Zielgrenze für 2025, inkl. Biokraftstoffe ¹	tCO ₂ e	1.505.983	1.156.855	1.033.280	-31	398.619	387.125	390.957	-2	1.904.602	1.543.980	1.424.237	-25
Kategorie 12: End-of-Life-Behandlung verkaufter Produkte ²	tCO ₂ e	396.617	389.172	365.452		102.750	100.894	100.386		499.367	490.066	465.838	
Gesamte signifikante Scope-3-THG-Emissionen	tCO ₂ e	1.902.600	1.546.027	1.400.347		501.369	488.019	491.343		2.403.969	2.034.046	1.891.690	
Gesamte wesentliche Scope-3-THG-Emissionen, inkl. Biokraftstoffe ²	tCO ₂ e	1.902.600	1.546.027	1.398.732	-26	501.369	488.019	491.343	-2	2.403.969	2.034.046	1.890.075	-21
Gesamte THG-Emissionen													
Gesamte THG-Emissionen (standortbasiert)	tCO ₂ e	2.007.269	1.626.415	1.476.263	-26	591.756	565.589	555.549	-6	2.599.025	2.192.004	2.031.812	-22
Gesamte THG-Emissionen (marktbasiert)	tCO ₂ e	1.963.324	1.572.220	1.421.637	-28	584.582	539.435	532.761	-9	2.547.906	2.111.655	1.954.398	-23
Biogene Emissionen													
Biogene CO ₂ -Emissionen, die nicht in Scope-1-THG-Emissionen enthalten sind	tCO ₂ e	599	13.320	17.653		–	8.870	18.697		599	22.190	36.350	

¹ Einschließlich einer Reduktion von 1.615 tCO₂e im Jahr 2025 durch ein Biokraftstoffzertifikat, das über die Zero Emission Maritime Buyers Alliance (ZEMBA)-Initiative bezogen wurde.

² Das Basisjahr 2018 und das Vorjahr 2024 wurden im Berichtsjahr für das tesa Segment aufgrund einer verbesserten Datenlage neu berechnet.

ESRS E2 - Umweltverschmutzung

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

In unserer doppelten [Wesentlichkeitsanalyse](#) haben wir wesentliche negative Auswirkungen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung durch unsere Geschäftstätigkeiten in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette identifiziert.

IRO	Beschreibung	Wertschöpfungs- kette	Zeit- horizont
Verschmutzung von Luft			
–	Energieintensive Geschäftsaktivitäten in der vorgelagerten Wertschöpfungskette, wie die Beschaffung von Rohstoffen, die Herstellung von Verpackungen, Drittproduzentenmanagement (3PM) sowie Transport und Vertrieb von Roh- und Zwischenprodukten sind oft mit dem Einsatz fossiler Brennstoffe verbunden. Dies führt zu Emissionen von Schadstoffen und beeinträchtigt die Luftqualität.	Vorgelagert	
Verschmutzung von Wasser			
–	Bei Lieferanten in der chemischen Industrie können Schadstoffe in die Umwelt gelangen. Die Papier-(Zellstoff-)Produktion für tesa gehört in einigen Ländern zu den größten industriellen Verschmutzern von Wasser.	Vorgelagert	
–	Während der Nutzungsphase unserer Hautpflegeprodukte durch Konsument*innen gelangen Inhaltsstoffe ins Abwasser, von denen einige die Wasserqualität beeinträchtigen.	Nachgelagert (Consumer)	
Besonders besorgniserregende Stoffe			
–	Produkte wie Deodorants können teilweise besonders besorgniserregende Inhaltsstoffe enthalten. Bei der Anwendung können diese Stoffe ins Abwasser gelangen und sich in der Umwelt anreichern.	Nachgelagert (Consumer)	
Mikroplastik			
–	Manche Produkte enthalten Mikroplastik. Bei Verwendung durch Verbraucher*innen kann dies in die Umwelt gelangen. Dort baut es sich nicht ab, sammelt sich an und wirkt sich negativ auf Umwelt und über die Nahrungskette auch auf die menschliche Gesundheit aus.	Nachgelagert (Consumer)	

Positive Auswirkung
 Negative Auswirkung
 Risiko
 Chance

Kurzfristig
 Mittelfristig
 Langfristig

Richtlinien im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung

Beiersdorf hat mehrere Richtlinien eingeführt, um die negativen Auswirkungen von Umweltverschmutzung systematisch zu reduzieren und gleichzeitig nachhaltige Praktiken entlang der gesamten Lieferkette zu fördern. Diese Richtlinien zielen darauf ab, unsere wesentlichen negativen Auswirkungen abzumildern. Gleichzeitig sollen sie klare Umweltstandards und Erwartungen festzulegen.

Richtlinien im Zusammenhang mit Luft- und Wasserverschmutzung

Code of Conduct for Business Partners (Consumer)

Themenbezogener Inhalt	Der „Code of Conduct for Business Partners“ (CoCB) definiert u. a. die Anforderungen, die unsere globalen Geschäftspartner in Bezug auf den Umweltschutz erfüllen müssen. Er legt fest, dass Geschäftspartner die Emissionen in Luft, Wasser und Boden aus ihren Anlagen sowie das in ihren Betrieben erzeugte Abwasser überwachen, verfolgen und dokumentieren. Die Einhaltung aller geltenden Gesetze und lokalen Vorschriften im Hinblick auf Umweltauswirkungen und Umweltschutz ist verpflichtend. Wir erwarten von Geschäftspartnern, dass sie kontinuierlich darauf abzielen, negative Umweltauswirkungen bei ihren Produkten und Dienstleistungen sowie in der Beschaffung zu verringern. Darüber hinaus soll Wasser- und Luftverschmutzung vermieden werden, die natürliche Nahrungsquellen gefährdet, den lokalen Zugang zu sauberem Trinkwasser oder sanitären Anlagen beeinträchtigt oder der menschlichen Gesundheit schadet. Die Richtlinie legt außerdem fest, dass Maßnahmen für Notfälle im Zusammenhang mit Boden- oder Wasserverschmutzung vorbereitet sein müssen. Betreiber und, sofern verfügbar, unternehmenseigene Notfallteams müssen regelmäßig zu Gefahren und Gegenmaßnahmen geschult werden. Der CoCB bezieht sich nicht ausdrücklich auf die Vermeidung von Vorfällen und Notsituationen sowie die Minimierung und den Einsatz (besonders) besorgniserregender Stoffe.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung des CoCB ist im Kapitel „ESRS S2 - Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette“ zu finden.

Beiersdorf Environmental Policy (Consumer)

Themenbezogener Inhalt	Die „Beiersdorf Environmental Policy“ beschreibt die allgemeinen Umweltziele des Unternehmensbereichs Consumer, darunter die Ziele, Emissionen zu reduzieren sowie besorgniserregende Stoffe zu ersetzen oder zu minimieren. Die Richtlinie legt fest, dass die Zusammensetzung unserer Emissionen in Luft, Wasser und Boden sowie unsere Abwasser- und Lärmemissionen an allen Produktionsstandorten regelmäßig überwacht werden. Unser Ziel ist es, diese Emissionen durch kontinuierliche Verbesserungsmaßnahmen und technologische Innovationen systematisch zu reduzieren bzw. wirksam zu steuern und das Auftreten von Umwelt- und Sicherheitsvorfällen zu vermeiden. Die Richtlinie bezieht sich insbesondere auf die kritischen Themen Umweltverschmutzung und Umweltsicherheit von Produkten und Prozessen, jedoch nicht ausdrücklich auf die Vermeidung von Vorfällen und Notsituationen.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung zur „Beiersdorf Environmental Policy“ ist im Kapitel „ ESRS E1 – Klimawandel “ zu finden.

Code of Conduct for Suppliers (tesa)

Themenbezogener Inhalt	Der „Code of Conduct for Suppliers“ (CoCS) von tesa verpflichtet Lieferanten u. a. dazu, eine wirksame Umweltpolitik zu verfolgen und alle bestehenden Umweltgesetze und -vorschriften einzuhalten. Zulieferer werden angehalten, Umweltfragen proaktiv zu behandeln, ihre Umweltverantwortung zu stärken sowie entsprechende Technologien und Lebenszykluspraktiken zu fördern. Ein zentraler Aspekt dieser Richtlinie ist das Management von Chemikalien und gefährlichen Materialien. Lieferanten müssen alle Chemikalien und Materialien identifizieren, die bei ihrer Freisetzung in die Umwelt ein Risiko darstellen könnten. Darüber hinaus müssen Lieferanten regelmäßig Luftemissionen überwachen, Emissionskontrollmaßnahmen umsetzen und einen Plan zur Reduzierung von Treibhausgasen einführen, der den gesetzlichen Anforderungen entspricht oder darüber hinausgeht. Zu den Luftemissionen, die durch diese Richtlinie abgedeckt sind, gehören u. a. flüchtige organische Chemikalien, Aerosole, korrosive Stoffe, Partikel, ozonabbauende Chemikalien und Verbrennungsnebenprodukte. Der CoCS bezieht sich jedoch nicht ausdrücklich auf die Vermeidung von Vorfällen und Notsituationen.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung des CoCS ist im Kapitel „ ESRS S2 – Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette “ zu finden.

Richtlinien im Zusammenhang mit besonders besorgniserregenden Stoffen

Standard Operating Procedure – Auswahlkriterien für Rohstoffe (Consumer)

Inhalt	Die „Standard Operating Procedure – Auswahlkriterien für Rohstoffe“ definiert die Anforderungen an verwendete Rohstoffe in unseren Produkten. Sie umfasst Aspekte der Produktsicherheit, regulatorische Anforderungen, Qualität, Mikrobiologie und für den Unternehmensbereich Consumer spezifische Beschränkungen. Ein wesentlicher Bestandteil der „Standard Operating Procedure“ (SOP) ist, dass Rohstoffe keine Substanzen enthalten dürfen, die durch die EU-Kosmetikverordnung oder die EU-Chemikaliengesetzgebung (REACH-Verordnung) verboten sind. Darüber hinaus dürfen Rohstoffe, sofern keine Ausnahmeregelungen bestehen, keine Substanzen enthalten, die in der „Liste der für eine Zulassung in Frage kommenden besonders besorgniserregenden Stoffe“ der Europäischen Chemikalienagentur (ECHA) aufgeführt sind.
Anwendungsbereich	Die Richtlinie gilt weltweit in allen Regionen für Rohstoffe, die für die Herstellung von kosmetischen und freiverkäuflichen Arzneimitteln (OTC-Produkten) des Unternehmensbereichs Consumer bestimmt sind, einschließlich solcher von Drittanbietern. Ausgenommen sind jedoch Duftstoffmischungen, Verpackungsmaterialien sowie Produkte der Marken La Prairie und Chantecaille, für die separate Regelungen bestehen.
Verantwortlichkeit	Die Abteilung Product Safety innerhalb der Funktion Global Product Stewardship der Forschung und Entwicklung (F&E) ist dafür verantwortlich, die in dieser Richtlinie zusammengefassten Anforderungen an Rohstoffe festzulegen. Die Einhaltung der Richtlinie wird durch interne Standardprozesse überwacht, bevor neue Materialien zur Vermarktung zugelassen werden.
Standards/Initiativen Dritter	Die Richtlinie berücksichtigt neben den bereits genannten EU-Verordnungen weitere EU-Regularien, u. a. zu Pestizidrückständen sowie Inhalts- bzw. Zusatzstoffen in Lebens- und Futtermitteln. Darüber hinaus steht die SOP u. a. im Einklang mit dem Washingtoner Artenschutzübereinkommen („Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora“ – CITES) und Veröffentlichungen des Wissenschaftlichen Ausschusses Verbrauchersicherheit der EU („Scientific Committee on Consumer Safety“ – SCCS).
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Bei der Formulierung der Richtlinie wurden keine Stakeholder*innen einbezogen.
Verfügbarkeit	Die SOP ist internen Stakeholder*innen zugänglich und wird im zentralen Dokumentenmanagementsystem des globalen Qualitätsmanagementsystem (QMS) gespeichert.

Fragrance Restriction List (Consumer)

Inhalt	Die „Fragrance Restriction List“ zielt darauf ab, die Sicherheit von Konsument*innen und die Produktqualität zu gewährleisten, indem sie die Mengen bestimmter Duftstoffbestandteile für verschiedene Kategorien von Kosmetikprodukten festlegt.
Anwendungsbereich	Die Richtlinie gilt weltweit für alle vom Unternehmensbereich Consumer verwendeten Düfte und Aromen. Dazu gehören Beiersdorf Tochtergesellschaften und Vertragshersteller. Alle Düfte und Aromen müssen den Anforderungen entsprechen, die im jeweiligen „Fragrance Briefing“ und in der zum Briefing-Zeitpunkt gültigen „Fragrance Restriction List“ festgelegt sind.
Verantwortlichkeit	Die Verantwortung für diese Richtlinie liegt beim funktionsübergreifenden Expert Team Fragrances, das von der Leitung für „Ingredient Compliance“ der Abteilung Regulatory geleitet wird. Ein vertragliches Abkommen zwischen Duftstoffherstellern und dem Unternehmensbereich Consumer soll die Verbindlichkeit der „Fragrance Restriction List“ sicherstellen. Die Umsetzung der Richtlinie wird durch interne Standardprozesse kontrolliert. Neue Düfte und Aromen der Hersteller werden erst nach einem Bewertungsprozess genehmigt. Dazu gehört u. a. das Einholen eines „Fragrance Compliance File“, um globale regulatorische Konformität und die Einhaltung der Richtlinie zu validieren.
Standards/Initiativen Dritter	Die Richtlinie enthält Anforderungen, die über die gesetzlichen Standards hinausgehen, einschließlich Verbote bestimmter Stoffe oder Stoffgruppen. Insbesondere dürfen keine Stoffe enthalten sein, die zum Zeitpunkt des „Fragrance Briefings“ in der „Liste der für eine Zulassung in Frage kommenden besonders besorgniserregenden Stoffe“ der ECHA veröffentlicht sind.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Die „Fragrance Restriction List“ basiert auf internen Bewertungen und Meinungen von Expert*innen. Bevor eine neue Version der Liste veröffentlicht und gültig wird, werden die Duftstoffhersteller eingeladen, den Entwurf zu kommentieren. Dieser offene Dialog hilft, technische Hürden für neue Kreationen zu vermeiden.
Verfügbarkeit	Die Richtlinie liegt den für regulatorische Themen verantwortlichen Kontaktpersonen der Duftstoffhersteller vor und wird diesen nach jeder Aktualisierung erneut zugesandt. Die Hersteller sind dazu verpflichtet die Beschränkungen in ihren IT-Systemen zu implementieren und uns die Umsetzung zu bestätigen.

Maßnahmen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung

Um die identifizierten wesentlichen negativen Auswirkungen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung zu vermeiden und zu reduzieren, setzt der Unternehmensbereich Consumer konkrete Maßnahmen um, die wir im Folgenden erläutern.

Stufenweiser Ausstieg aus der Nutzung von Cyclomethicon

Maßnahme	Bis 2030 konzentrieren wir uns mit dieser Maßnahme auf den stufenweisen Ausstieg aus der Nutzung von Cyclomethicon (D5/D6), einer bedeutenden Quelle für SVHC (Substance of Very High Concern) im Consumer Produktportfolio. Diese Substanz wird in der EU als sehr persistent, d. h. in der Umwelt nur langsam abbau- oder umwandelbar, und sehr bioakkumulativ eingestuft. Die Rahmenbedingungen für den Ausstieg hat das F&E-Führungsteam 2019 festgelegt.
Umfang	Der Aktionsplan deckt den gesamten Unternehmensbereich Consumer weltweit ab, in Abweichung zum unter ESRs 2 genannten Berichtsumfang einschließlich des Coppertone Geschäftes. Sollte in Einzelfällen die Datenlage unvollständig (fehlende Stammdaten) sein, werden Tonnagen auf Basis verfügbarer Daten extrapoliert.
Zeithorizont	Die Umsetzung dieser Maßnahme war für NIVEA und Eucerin Produkte, die in Europa vermarktet werden, bis 2025 geplant, global bis 2030.
Erwartetes Ergebnis	Wir streben an, den Einsatz von SVHC signifikant zu reduzieren und möchten damit zum Ziel unserer Richtlinie „SOP - Auswahlkriterien für Rohstoffe“ beitragen, Umweltgefahren zu minimieren.
Fortschritt	Im Vergleich zu 2019 konnten wir die global in Umlauf gebrachte Menge von Cyclomethicon im Berichtsjahr um 90 % senken. Für NIVEA und Eucerin werden für den Europäischen Markt seit 2024 keine Produkte mit Cyclomethicon mehr produziert.

Prozess zur Bewertung der Umweltleistung

Maßnahme	Ein Prozess zur Bewertung der Umweltleistung, der ökotoxikologische Kriterien und Klassifikationen umfasst, wurde 2019 vom F&E-Führungsteam genehmigt und wird seitdem angewendet. Dieser Prozess bietet klare Leitlinien für die Umweltbewertung auf Basis von Gefahrendaten mit Kriterien wie Persistenz, Bioakkumulation und Aquatoxizität.
Umfang	Der Prozess gilt für den Unternehmensbereich Consumer und betrifft dessen globalen Aktivitäten.
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Das Hauptziel ist die Reduzierung des Einsatzes von persistenten Inhaltsstoffen im Produktportfolio. Zudem wollen wir vermeiden, dass neue persistente Inhaltsstoffe in das Rohstoffportfolio aufgenommen werden. Diese Maßnahme unterstützt die Ziele unserer Richtlinie „SOP - Auswahlkriterien für Rohstoffe“.
Fortschritt	Der Prozess wird seit seiner Genehmigung im Jahr 2019 aktiv angewendet. Er gewährleistet die kontinuierliche Bewertung und den Ausschluss persistenter Inhaltsstoffe aus dem Rohstoffportfolio des Unternehmens.

Maßnahmen in Bezug auf die vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette beider Unternehmensbereiche

Beiersdorf setzt derzeit keine wesentlichen Maßnahmenpläne zu den Themen Luft- und Wasserverschmutzung in der vorgelagerten Wertschöpfungskette oder im Hinblick auf Mikroplastik um. Maßnahmen zur Bekämpfung von Mikroplastikverschmutzung in der nachgelagerten Wertschöpfungskette zielen in der Regel auf kosmetische Inhaltsstoffe ab, die über Abwässer in die Umwelt gelangen könnten. Unser Unternehmen hat den Einsatz von Mikroplastik gemäß der Definition des „United Nations Environment Programme“ (UNEP) bereits weitestgehend eingestellt. Entsprechend berichten wir für das Jahr 2025 keine weiteren Maßnahmen.

Wir erkennen an, dass die Minimierung von Verschmutzungen in der vorgelagerten Wertschöpfungskette, wie Emissionen oder Verunreinigungen während der Produktions- und Beschaffungsphasen, von großer Bedeutung sind. Diese Auswirkungen liegen jedoch weitgehend außerhalb unseres direkten betrieblichen Einflussbereichs. Unsere Möglichkeiten, diese Bereiche zu beeinflussen, beschränken sich darauf, die Einhaltung unseres CoCB bzw. CoCS sicherzustellen. Weitere Informationen dazu sind im Kapitel „[ESRS S2 – Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette](#)“ zu finden.

Ziele im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung

Um unsere wesentlichen negativen Auswirkungen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung zu reduzieren, haben wir uns im Unternehmensbereich Consumer verschiedene Ziele gesetzt. Sie unterstützen die übergeordneten Ziele unserer „Beiersdorf Environmental Policy“. Bei der Definition der Ziele wurden keine Stakeholder*innen eingebunden.

Die in Verkehr gebrachten Tonnagen einzelner Substanzen berechnen wir automatisiert auf Basis der verkauften Stückzahlen pro Kalenderjahr. Die Berechnung erfolgt über die Stücklisten der Produkte, die Zusammensetzungen der Formulierungen und die enthaltenen Rohstoffe. Sollte in Einzelfällen die Datenlage unvollständig (fehlende Stammdaten) sein, werden Tonnagen auf Basis verfügbarer Daten extrapoliert.

100 % der Kosmetika ohne Mikropartikel aus synthetischen Polymeren bis 2032

Ziel	Um die wesentliche negative Auswirkung im Zusammenhang mit Mikroplastik zu adressieren, haben wir folgendes Ziel definiert: 100 % der Kosmetika sollen bis 2032 frei von synthetischen Polymer-Mikropartikeln (SPM) sein. Eine Beschränkung für SPM gilt in der EU seit Oktober 2023. Die Übergangsfristen für das Inverkehrbringen von kosmetischen Produkten betragen vier Jahre für auswaschbare Produkte und sechs Jahre für auf der Haut verbleibende Produkte. Das Engagement von Beiersdorf geht allerdings über die gesetzlichen Anforderungen hinaus, da wir eine weltweit geltende Selbstverpflichtung implementiert haben, die nicht auf die EU-Region beschränkt ist. Viele SPM verlieren ihre partikuläre Struktur, wenn sie während des Herstellungsprozesses in kosmetische Formulierungen eingebunden werden, und fallen damit nicht mehr unter den Anwendungsbereich der Beschränkung.
Basisjahr/-wert	2024
Fortschritt	Das Ziel, 100 % der Kosmetika bis 2032 frei von Partikeln zu formulieren, welche nach der Definition SPM sind, wurde schon in 2025 erreicht. Die kosmetischen Produkte enthalten keine SPM Partikel. In verschiedenen kosmetischen Produkten, sowohl im Bereich der auswaschbaren Produkte als auch der auf der Haut verbleibenden Produkte sind Inhaltsstoffe vorhanden, welche als Rohstoff unter die EU-Definition von SPM fallen. Allerdings konnten wir für alle kosmetischen Produkte, welche SPM auf Rohstoffebene enthalten, zeigen, dass diese Rohstoffe ihren partikulären Charakter während des Herstellungsprozesses verlieren und damit nicht mehr unter die EU-Restriktion für SPM fallen. Damit bringen wir mit unseren kosmetischen Produkten weltweit keine SPM Partikel in die Umwelt.
Umfang	Alle kosmetischen Produkte des Unternehmensbereichs Consumer, global

100 % der Kosmetika ohne Mikropartikel aus synthetischen Polymeren bis 2032

Methoden und Annahmen	Das Ziel wurde auf wissenschaftlichen Grundlagen sowie aufgrund von Methoden und Annahmen erarbeitet, die mit nationalen, EU- oder internationalen regulatorischen Zielvorgaben übereinstimmen. Zeitgleich gehen die Bemühungen über EU-Vorgaben hinaus. Alle unsere Nachweismethoden über das Nichtvorhandensein von SPM Partikeln im kosmetischen Produkt beziehen sich auf die gültigen Richtlinien zur EU-Restriktion. Im Verband der Europäischen Kosmetikindustrie (Cosmetics Europe) wurden Richtlinien erarbeitet, welche nachvollziehbar aufzeigen, ob SPM Partikel im kosmetischen Produkt vorhanden sind oder nicht. Darüber hinaus, liegen uns Erklärungen der Rohstoffhersteller aus der Chemieindustrie vor, dass die jeweiligen Rohstoffe ihre partikulären Eigenschaften im Herstellungsprozess der kosmetischen Produkte verlieren. Abschließend haben wir dieses mit eigenen analytischen Methoden überprüft.
Überwachung des Ziels	Überwachungs- und Prüfprozesse sind etabliert, und Rohstoffe werden seit Oktober 2023 sorgfältig anhand der SPM-Beschränkungsdefinition der EU bewertet, um den Fortschritt zu dokumentieren.
Änderungen zum Vorjahr	Das Ziel konnte schon in 2025 zu 100 % erreicht werden. Damit wird es als Ziel für 2032 nicht mehr weiterverfolgt.

Verwendung von 100 % biologisch abbaubaren Polymeren in europäischen Produktformulierungen bis Ende 2025

Ziel	Unser freiwilliges Ziel war es, bis Ende 2025 ausschließlich biologisch abbaubare Polymere in unseren europäischen Produktformulierungen zu verwenden. Damit adressieren wir die negative Auswirkung von Mikroplastik und die Belastung von Wasserressourcen in der nachgelagerten Wertschöpfungskette sowie das Risiko durch zukünftige regulative Beschränkungen.
Basisjahr/-wert	2018, 1.026 kt
Fortschritt	Im Vergleich zu 2018 haben wir im Berichtsjahr 77 % weniger nicht biologisch abbaubare Polymere in unseren europäischen Produktformulierungen verwendet. Unser Ziel haben wir somit nicht erreicht. Trotz intensiver Bemühungen und erfolgreicher Substitution in vielen Kategorien erfordern bestimmte Hochleistungsanwendungen weiterhin den Einsatz nicht biologisch abbaubarer Polymere, um die Produktqualität sicherzustellen und den Erwartungen der Verbraucher*innen gerecht zu werden. In diesen Ausnahmefällen setzen wir den Einsatz auf das technisch geringstmögliche Maß herab. Wir arbeiten weiterhin daran, den Anteil nicht biologisch abbaubarer Polymere in unseren Produkten zu reduzieren.
Umfang	Alle europäischen Produktformulierungen des Unternehmensbereichs Consumer
Methoden und Annahmen	Um mögliche negative Umweltauswirkungen zu reduzieren, verringern wir schrittweise den Einsatz solcher nicht biologisch abbaubaren Polymere. Zu diesem Zweck bewerten wir alle Rohstoffe hinsichtlich ihrer biologischen Abbaubarkeit. Diese Bewertung basiert auf Anhang XIII der europäischen REACH-Verordnung sowie den zugehörigen Leitlinien zu Informationsanforderungen (Kapitel R.11). Die Kriterien zur Persistenz von Stoffen in diesen Dokumenten definieren den zeitlichen Rahmen, innerhalb dessen ein Molekül als biologisch abbaubar gilt. Auf dieser Grundlage identifizierten wir Polymere, die nicht ausreichend biologisch abbaubar sind und bis Ende 2025 aus unseren europäischen Produktformulierungen entfernt werden sollten.
Überwachung des Ziels	Überwachungs- und Prüfprozesse sind etabliert, um die Verwendung der Substanzen in den Produktformulierungen automatisiert zu verfolgen.
Änderungen zum Vorjahr	Das Ziel wird nicht auf einen späteren Zeithorizont verlängert oder weiterverfolgt.

Ziele in Bezug auf die vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette beider Unternehmensbereiche

Über die Ziele des Unternehmensbereichs Consumer hinaus hat Beiersdorf derzeit keine spezifischen Ziele definiert, sodass Luft- und Wasserverschmutzung in der vorgelagerten Wertschöpfungskette nicht adressiert werden. Dennoch überwachen wir, dass Lieferanten unsere CoCB einhalten. So möchten wir erreichen, dass die darin festgelegten Umweltaanforderungen erfüllt werden. Zudem hat Beiersdorf ein konkretes Ziel festgelegt, um die Abdeckung der CoCB weiter zu verbessern und zu kontrollieren, wodurch u. a. die Umweltverschmutzung in der vorgelagerten Wertschöpfungskette adressiert werden soll. Weitere Informationen sind im Kapitel „[ESRS S2 –Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette](#)“ zu finden.

Die Bewertung der von Beiersdorf verwendeten Rohstoffe umfasst sowohl Aspekte der Human- als auch der Umwelttoxizität und erfolgt unter Berücksichtigung der geltenden Vorschriften. Die Hauptkriterien zur Identifizierung von SVHC stehen allerdings im Widerspruch zu den Anforderungen der Kosmetikverordnung oder den internen Richtlinien von Beiersdorf zur Sicherheit von Mensch und Umwelt. Mit dem stufenweisen Ausstieg aus Cyclomethicon (siehe „[Maßnahmen](#)“) arbeiten wir bereits an der Entfernung der Substanz, die in unserem Produktportfolio die bedeutendste Umweltauswirkung verursacht. Daher haben wir zum aktuellen Zeitpunkt keine weiteren Ziele in diesem Bereich festgelegt.

ESRS E3 – Wasser

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Im Rahmen unserer doppelten [Wesentlichkeitsanalyse](#) haben wir die folgenden negativen Auswirkungen sowie ein Risiko in Bezug auf Wasserverbrauch und Wasserentnahme in unserem eigenen Geschäftsbereich und der vorgelagerten Wertschöpfungskette identifiziert.

IRO	Beschreibung	Wertschöpfungs-kette	Zeit-horizont
Wasserverbrauch und -entnahme			
–	Besonders der Unternehmensbereich Consumer stellt Produkte her, die in ihrer Herstellung viel Wasser benötigen, das nicht in den Wasserkreislauf zurückgeführt werden kann.	Eigener Betrieb (Consumer)	
–	Für manche Zwischenprodukte bzw. Rohstoffe werden große Mengen Wasser verbraucht (z. B. auf Palm(kern)öl- oder Baumwollplantagen), die nicht in den Wasserkreislauf der Region zurückgeführt werden können.	Vorgelagert	
–	Die erhebliche Wasserentnahme in den Produktionsprozessen kann zu Wasserknappheit in der Umgebung der Produktionsstandorte führen. Dies führt letztlich zu einer Belastung der natürlichen Umwelt und kann zu einer Erschöpfung des Grundwassers führen.	Eigener Betrieb	
!	In Gebieten mit sehr hohem Wasserrisiko kann akuter Wassermangel industrielle Prozesse stören und zu Produktionsverzögerungen, verminderter Effizienz, erhöhten Ausfallzeiten sowie Kosten für Alternativmaßnahmen führen.	Eigener Betrieb	

 Positive Auswirkung
  Negative Auswirkung
  Risiko
  Chance

 Kurzfristig
  Mittelfristig
  Langfristig

Bei Beiersdorf verwenden wir Wasser zur Herstellung unserer Produkte, und es ist ein wichtiger Bestandteil unserer Produktformeln. Außerdem erfordern Prozesse wie Dampferzeugung, Kühlung und Kältemaschinen Wasser für ihren Ablauf. Unsere Produktionsstandorte entnehmen daher aus verschiedenen Quellen Frischwasser, darunter Grundwasser und Wasser von Dritten. Wasserknappheit kann unsere Produktion durch Unterbrechungen in essenziellen Prozessen erheblich beeinträchtigen und zu Verzögerungen, Effizienzverlusten und höheren Kosten führen.

Beiersdorf nutzt den „Aqueduct 4.0 Water Risk Atlas“ des World Resources Institute (WRI), um festzustellen, welche Standorte sich in Gebieten befinden, die von Wasserrisiken betroffen sind, einschließlich Gebieten mit hohem Wasserstress. Das WRI-Tool übersetzt komplexe hydrologische Daten in Indikatoren für wasserbezogene Risiken, darunter den Indikator „Gesamtwasserrisiko“. Er aggregiert Faktoren wie die physische Wasserquantität und -qualität, Grundwasserstress und regulatorische wie Reputationsrisiken und liefert so eine umfassende Messgröße für das Gesamtwasserrisiko in spezifischen Gebieten. Auf Grundlage dieser Bewertung hat der Unternehmensbereich Consumer sieben Standorte und der Unternehmensbereich tesa zwei Standorte ermittelt, die sich in Gebieten befinden, die von Wasserrisiken betroffen sind, einschließlich Gebieten mit hohem Wasserstress. Die neun betroffenen Standorte befinden sich in Gebieten, die im Indikator „Gesamtwasserrisiko“ als „hoch“ oder „sehr hoch“ eingestuft werden.

Richtlinien im Zusammenhang mit Wasser

Beiersdorf verfügt über Richtlinien, um wesentliche Auswirkungen und Risiken im Zusammenhang mit Wasser zu bewältigen. Diese Richtlinien adressieren insbesondere Wasserverbrauch und Wasserentnahme – zwei zentrale Themen, die in unserer doppelten Wesentlichkeitsanalyse identifiziert wurden. Das Thema Meeresressourcen ist nicht Gegenstand unserer Richtlinien, da es für Beiersdorf nicht wesentlich ist. Die Richtlinien enthalten zudem keine Bestimmungen, die sich in unserer vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette auf den Wasserverbrauch in Gebieten konzentrieren, die von Wasserrisiken betroffen sind.

Beiersdorf Environmental Policy (Consumer)

Themenbezogener Inhalt	Ziel der „Beiersdorf Environmental Policy“ ist es, den Wasserverbrauch in unseren Betrieben und entlang der Wertschöpfungskette zu reduzieren. Dabei liegt unser Schwerpunkt auf einer effizienten Wassernutzung, auf Recycling sowie auf der Nutzung erneuerbarer Wasserquellen. Unser Ansatz beinhaltet die Anwendung moderner Abwasserbehandlungsverfahren zur Einhaltung strikter Qualitätsstandards sowie regelmäßige Wasserrisikobewertungen mithilfe von Tools wie dem „Water Risk Filter“ des WWF und dem „Aqueduct 4.0 Water Risk Atlas“ des WRI. Im Einklang mit unserer Nachhaltigkeitsagenda CARE BEYOND SKIN entwickeln wir zudem Produkte, die den Wasserverbrauch sowohl bei der Herstellung als auch bei der Anwendung durch die Verbraucher*innen auf ein Mindestmaß reduzieren.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung zur „Beiersdorf Environmental Policy“ ist im Kapitel „ESRS E1 – Klimawandel“ zu finden.

tesa Environmental & Energy Policy

Themenbezogener Inhalt	tesa hat die „tesa Environmental & Energy Policy“ entwickelt, um weltweit den Schutz der Umwelt, die Risikominderung und eine sichere und nachhaltige Beschaffung und Nutzung von Wasser zu fördern. Die Richtlinie adressiert vor allem Wassereinsparungen und Prozesseffizienz unter Berücksichtigung lokaler Gegebenheiten und Bedürfnisse sowie der Einhaltung lokaler Vorschriften. Die „tesa Environmental & Energy Policy“ sieht zudem die interne Berichterstattung und Überwachung des Wasserverbrauchs vor. Zu berichtende Wasserquellen sind dabei Grundwasser sowie von Dritten bezogenes Wasser. Die Richtlinie verpflichtet tesa Standorte Wassermanagementpraktiken umzusetzen, die Folgendes umfassen: • Umgang mit Wasserverbrauch (Überwachung der Quantität und Qualität von Wasserentnahmen und -einleitungen) • Minimierung potenzieller Auswirkungen auf Wasserknappheit und Reduzierung von Emissionen ins Wasser durch Innovation, Best Practices und kontinuierliche Überwachung sowie • regelmäßige Bewertung interner und externer Entwicklungen, die sich in Zukunft auf die Geschäftspraktiken auswirken könnten (z. B. zukunftsweisende Prozesstechnologien, rechtliche Änderungen, Wasserprobleme in lokalen Gemeinschaften) Die „tesa Environmental & Energy Policy“ bezieht sich nicht explizit auf die Themen Wasseraufbereitung sowie die Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen im Hinblick auf wasserbezogene Themen. Darüber hinaus ergreifen wir Präventivmaßnahmen, um Unfälle zu vermeiden. So werden beispielsweise wassergefährdende Flüssigkeiten nur in Bereichen abgelassen, umgefüllt oder gelagert, die mit entsprechenden Auffangvorrichtungen ausgestattet sind. Diese Maßnahmen werden jährlich durch externe ISO-14001-Audits überprüft.
Verweis	Weitere Details zur „tesa Environmental & Energy Policy“ sind im Kapitel „ESRS E1 – Klimawandel“ zu finden.

Maßnahmen im Zusammenhang mit Wasser

Um die in den Richtlinien festgelegten Ziele zu erreichen, hat Beiersdorf einen Aktionsplan implementiert. Die Maßnahmen sind dabei auf alle Standorte in Gebieten ausgerichtet, die von Wasserrisiken betroffen sind, einschließlich Gebieten mit hohem Wasserstress. Alle nachfolgend beschriebenen Maßnahmen tragen zur Erfüllung unserer Ziele für die Reduzierung des Wasserverbrauchs bei, wie sie im [Ziele-Abschnitt](#) in diesem Kapitel beschrieben werden.

Implementierung moderner Wasserrückgewinnungstechnologien und Kreislaufsysteme

Maßnahme	Seit 2023 haben wir moderne Wasserrückgewinnungstechnologien eingeführt, um die Wiederverwendung von Wasser zu maximieren und die Abhängigkeit von Frischwasser zu reduzieren. Zu diesen Technologien gehören die Umkehrosmose mit geschlossenem Kreislauf („Closed-Circuit-Reverse-Osmosis“ - CCRO), die Umkehrosmose und Wasserkreislaufsyste.
Umfang	Produktionsstandorte weltweit, Unternehmensbereich Consumer
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Diese Effizienzmaßnahmen haben das Potenzial, den Wasserverbrauch an unserem Standort Sanand um 30 % und am Standort Bangkok um 50 bis 60 % zu reduzieren. In Verbindung mit zusätzlichen Projekten könnten diese Technologien an ausgewählten Standorten kumulative Wassereinsparungen von bis zu 70 % im Vergleich zu 2020 ermöglichen.
Fortschritt	Produktionsstandorte in Indien (Sanand) und Indonesien (Malang) haben bereits fortschrittliche Wasseraufbereitungstechnologien implementiert. Vier weitere Standorte in Thailand, Spanien, Mexiko und Polen befinden sich in den finalen Implementierungsphasen und sollen voraussichtlich 2026/2027 vollständig in Betrieb gehen.

Verantwortungsvolles Wassermanagement durch Prozessoptimierung und Innovation

Maßnahme	Im Unternehmensbereich Consumer sind moderne Anlagen und Technologien im Einsatz, um den Wasserverbrauch zu senken. Dies gilt insbesondere für Reinigungsprozesse und Wassserzeugungstechnologien. So behandeln alle Produktionsstandorte ihre Abwässer entweder in eigenen Kläranlagen, in Kläranlagen innerhalb des entsprechenden Industrieparks oder in externen Kläranlagen von Drittanbietern. Wir leiten kein unbehandeltes Abwasser in die Umwelt ein und streben an, aufbereitetes Abwasser an den jeweiligen Produktionsstandorten zur Kühlung, Bewässerung oder für sanitäre Zwecke wiederzuverwenden. Dieses Vorgehen trägt dazu bei, dass Beiersdorf die Zertifizierung „Leadership in Energy and Environmental Design“ (LEED) aufrechterhalten kann, die belegt, dass unsere Produktionsstandorte die globalen Nachhaltigkeitsstandards erfüllen. Regelmäßige Überprüfungen durch interne und externe Expert*innen stellen zudem sicher, dass unsere Anlagen die neuesten Standards erfüllen und ihre Prozesse kontinuierlich optimieren. Zur weiteren Förderung einer guten Unternehmensführung und kontinuierlichen Verbesserung kommt das ERM-System (Environmental Resource Management) „Cotopaxi“ an unseren Produktionsstandorten zum Einsatz. Das System ermöglicht neben der Echtzeit-Datenerfassung auch eine transparente Berichterstattung. Es unterstützt uns außerdem bei der Einhaltung globaler Standards. Darüber hinaus arbeiten wir mit Wasserversorgern, lokalen Behörden und benachbarten Unternehmen zusammen, um einen gemeinschafts- und Best-Practice-orientierten Ansatz für ein nachhaltiges Wassermanagement zu fördern.
Umfang	Produktionsstandorte weltweit, Unternehmensbereich Consumer
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Die Maßnahme soll dazu beitragen, unseren Wasserverbrauch zu senken, die Zusammenarbeit mit externen Interessengruppen zu verbessern und die LEED-Zertifizierungsstandards einzuhalten, um unsere Nachhaltigkeitsziele weiter zu unterstützen.
Fortschritt	Um den Stand der Implementierung zu überwachen, haben wir 2025 das Roll-out der ERM-Software überprüft. Mit Ausnahme der beiden kleinsten Produktionsstandorte soll die Software bis 2027 an allen Standorten installiert sein.

Abwasserfreie Produktion in Indien

Maßnahme	Unser Produktionsstandort im indischen Sanand wird als „Zero Liquid Discharge“-Anlage (ZLD) betrieben, bei der kein unbehandeltes Abwasser in die Umwelt gelangt. Vielmehr wird das gesamte Wasser zur Bewässerung von ca. 22.000 m ² Grünfläche verwendet, wofür täglich rund 100 m ³ Wasser benötigt werden. Auf diese Weise wird die Freisetzung von Abwasser vermieden, die interne Wiederverwendung maximiert und ein geschlossenes Wasserkreislaufsystem am Standort geschaffen.
Umfang	Produktionsstandort in Sanand, Indien; Unternehmensbereich Consumer
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Wir wollen das aufbereitete Wasser zu 100 % zur Bewässerung von Grünanlagen verwenden, die Freisetzung von Abwasser in die Umgebung vermeiden und die Kreislauffähigkeit auf Standortebene verbessern.
Fortschritt	Die ZLD-Infrastruktur ist seit 2016 voll einsatzfähig. Das gesamte behandelte Wasser wird zur Bewässerung von Grünflächen verwendet; eine Freisetzung in die Umgebung findet nicht statt. Die weitere Überwachung wird sich vor allem auf Effizienzverbesserungen und die Aufnahme von Wiederverwendungskennzahlen in die Berichterstattung des Unternehmens konzentrieren.

Regenwassernutzung und Grundwasseranreicherung in Indien

Maßnahme	Zur Stärkung der lokalen Wasserresilienz haben wir an unserem Produktionsstandort im indischen Sanand ein System für die Regenwassernutzung und Grundwasseranreicherung implementiert. Hierfür wurden auf einer bebauten Fläche von ca. 28.000 m ² sowie auf Grünfläche von ca. 22.000 m ² insgesamt elf Versickerungsbrunnen installiert, um durchschnittlich 800 mm Niederschlag pro Jahr aufzufangen.
Umfang	Produktionsstandort in Sanand, Indien; Unternehmensbereich Consumer
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Diese Maßnahme könnte – in Kombination mit der Tatsache, dass es sich bei der Sanand-Fabrik um einen ZLD-Standort handelt – sicherstellen, dass rund 80 % (ca. 53.000 m ³) der gesamten jährlichen Wasserentnahme des Standorts wieder dem Grundwasserleiter zugeführt werden. Dies würde einen positiven Beitrag zur lokalen Wasserbilanz leisten, den Wasserstress im Einzugsgebiet reduzieren und die nachhaltige Wasserbewirtschaftung verbessern. Die Berechnungen basieren auf langfristigen durchschnittlichen Niederschlagsdaten von rund 800 mm pro Jahr für die Region, kombiniert mit den relevanten effektiven Einzugsflächen. Das ermittelte Grundwasserneubildungspotenzial geht davon aus, dass das gesammelte Regenwasser über elf Nachschubbrunnen versickert wird, wobei eine Infiltrationseffizienz von etwa 70 % angenommen wird. Diese Effizienz ist abhängig von der Niederschlagsvariabilität, der Bodendurchlässigkeit sowie dem Zustand und der regelmäßigen Wartung der Brunnen.
Fortschritt	Die Infrastruktur für alle elf Versickerungsbrunnen und Kanäle für die Regenwassernutzung wurde fertiggestellt. Erste Überwachungsdaten bestätigten die veranschlagten Zielwerte für die Anreicherungsmengen. Nächste Schritte beinhalten die Leistungsüberwachung sowie eine potenzielle Umsetzung an weiteren Hochrisikostandorten.

Stilllegung der Dampfbefeuchtungsanlagen zur Reduzierung des Wasserverbrauchs

Maßnahme	Am tesa Produktionsstandort in Hamburg haben wir den Austausch von Befeuchtungsanlagen in Bereichen, in denen große Lösungsmittelmengen verarbeitet werden, abgeschlossen. Die Anlagen dienten ursprünglich zur Vermeidung von Ladungsverlusten. Aufgrund neuer technischer Erkenntnisse zu den Auswirkungen der Dampfbefeuchtung haben wir sie durch den verstärkten Einsatz anderer Maßnahmen ersetzt. Die Vorgehensweise steht im Einklang mit zwei Handlungsfeldern unserer „tesa Environmental & Energy Policy“: der Reduzierung des Wasserverbrauchs und der regelmäßigen Evaluierung interner und externer Entwicklungen im Zusammenhang mit neuen Technologien.
Umfang	tesa Werk Hamburg GmbH, Deutschland
Zeithorizont	2025
Erwartetes Ergebnis	Wir erwarten, dass das Projekt 3.600 m³ Wasser pro Jahr einsparen wird.
Fortschritt	Das Projekt wurde erfolgreich abgeschlossen; die letzte Befeuchtungsanlage wurde im Juni 2025 stillgelegt.

Installation zusätzlicher Kühlwasserkreislaufsysteme zur Senkung von Grundwasserverbrauch und Abwassereinleitung

Maßnahme	Um die Abhängigkeit von Wasser und dessen Einleitung in Gewässer zu verringern, plant das tesa Werk Offenburg die Installation zusätzlicher Kühlwasserkreisläufe, beginnend mit einer speziellen Beschichtungsanlage. Diese Maßnahme steht im Zusammenhang mit unseren Zielen, im Einklang mit der „tesa Environmental & Energy Policy“ den Wasserverbrauch zu reduzieren und Best Practices umzusetzen.
Umfang	tesa Werk Offenburg GmbH, Deutschland
Zeithorizont	2025 bis 2027
Erwartetes Ergebnis	Wir erwarten für die Pilotphase an der ausgewählten Beschichtungsanlage eine Einsparung von 10.000 m³ Grundwasser pro Jahr.
Fortschritt	2025 haben wir das abschließende Umsetzungskonzept der Maßnahme erarbeitet, technische Gespräche geführt und den Dialog mit unseren Lieferanten gepflegt. Zudem wurde das erste Kühlwasserkreislaufsystem an der ausgewählten Beschichtungsanlage installiert.

Projekt zur Wasserbilanz und automatisiertes Monitoring in Suzhou

Maßnahme	An unserem Produktionsstandort in Suzhou, China, den wir als Standort in einem Gebiet mit hohem Wasserstress identifiziert haben, haben wir ein Monitoring- und Effizienzprogramm eingeführt, um wasserbezogene Risiken anzugehen. Erste Schritte fanden bereits 2024 statt und umfassten die Installation von Sensoren sowie die Integration eines automatisierten, sensorbasierten Systems in die digitale Infrastruktur des Standorts, um Daten zum Wasserverbrauch zu gewinnen. 2025 haben wir die Zuverlässigkeit des Systems und der erhobenen Daten überprüft, um die nächsten Projektphasen vorzubereiten. Hierzu zählt neben der Umsetzung von Effizienzinitiativen auch die Förderung fortlaufender Verbesserungen beim Wasserverbrauch des Standorts.
Umfang	tesa Werk Suzhou Co., Ltd., China
Zeithorizont	2026
Erwartetes Ergebnis	Mit der Maßnahme wollen wir Transparenz und Kontrolle im Zusammenhang mit dem Wasserverbrauch verbessern, anhand von Wasserbilanztests Einsparpotenziale ermitteln und eine solide Grundlage schaffen, um quantitative Zielvorgaben für die Verringerung des Wasserverbrauchs definieren zu können.
Fortschritt	2025 haben wir das Monitoring des Systems und der gewonnenen Daten erfolgreich fortgeführt. Für 2026 ist ein Wasserbilanztest vorgesehen, um weitere Einsparpotenziale zu identifizieren und künftige Zielvorgaben zu unterstützen.

Ziele im Zusammenhang mit Wasser

Die wasserbezogenen Ziele des Unternehmensbereichs Consumer stehen in direktem Einklang mit den in der „Beiersdorf Environmental Policy“ festgelegten Bestrebungen. Sie unterstützen außerdem unsere übergeordnete Zielsetzung, Umweltbelastungen zu minimieren und zu globalen Nachhaltigkeitsrahmenwerken beizutragen, die sich mit Wasserknappheit befassen. Die Wasserziele wurden unter Einbeziehung interner Stakeholder*innen erarbeitet, darunter die Nachhaltigkeits- und Umweltteams sowie die Produktionsstandorte und die lokalen Sicherheits-, Gesundheits- und Umweltteams (Safety, Health, and Environment – SHE).

Reduzierung des Wasserverbrauchs pro hergestelltem Produkt um 25 %

Ziel	Das globale, freiwillige Ziel zur Reduzierung des Wasserverbrauchs fördert die Wassereffizienz: Bis 2025 wollen wir den Wasserverbrauch pro hergestelltem Produkt um 25 % senken (im Vergleich zum Basisjahr 2018).
Basisjahr/-wert	Im Jahr 2018 betrug die globale Wasserintensität 504 Liter/1.000 hergestellte Produkte.
Fortschritt	Im Jahr 2025 wurde der Wasserverbrauch pro hergestelltem Produkt im Vergleich zum Basisjahr um 8 % auf 464 Liter pro 1.000 Produkte gesenkt. Externe und teilweise unvorhergesehene Faktoren wie Verzögerungen bei der technologischen Umsetzung, lokale wasserrechtliche Vorgaben, Standorterweiterungen und Entwicklungsaktivitäten führten bei mehreren geplanten Projekten zu Verzögerungen. Infolgedessen konnte das Wasserreduktionsziel bis 2025 nicht erreicht werden. Seit dem Basisjahr konnten durch Effizienzmaßnahmen und Implementierung fortschrittlicher Wassertechnologien dennoch messbare Reduktionen des Wasserverbrauchs pro hergestelltem Produkt erzielt werden. Gleichzeitig haben die bisherigen Erfahrungen gezeigt, dass ein globales, intensitätsbasiertes Ziel lokale Wasserverfügbarkeit, Einzugsgebietsrisiken sowie standortspezifische Wirkungspotenziale nicht ausreichend abbildet. Vor diesem Hintergrund richten wir unseren Ansatz künftig gezielter aus und fokussieren uns verstärkt auf absolute und relative Wasserreduktionen an Standorten in wasserarmen und hochrisikobehafteten Regionen. Dadurch erhöhen wir die ökologische Relevanz und die Wirksamkeit unserer Maßnahmen.
Umfang	Das Ziel gilt für alle Standorte im Unternehmensbereich Consumer. Damit soll sichergestellt werden, dass an allen Standorten – unabhängig davon, ob sie sich in Gebieten, die von Wasserrisiken betroffen sind, befinden oder nicht – Anstrengungen unternommen werden, den Wasserverbrauch zu reduzieren und die Wasserqualität zu verbessern.
Methoden und Annahmen	Das Ziel basiert auf einer Kombination aus wissenschaftlichen Methoden und datengestützten Ansätzen. Dazu zählen umfassende Wasserrisikoanalysen an allen Produktionsstandorten, um potenzielle Risiken zu erkennen und zu minimieren, sowie die Nutzung von Primärdaten zum Wasserverbrauch.
Überwachung des Ziels	Die Überwachung unserer Ziele erfolgt wie im Kennzahlen-Abschnitt in diesem Kapitel beschrieben.
Änderungen zum Vorjahr	Ursprünglich wollten wir dieses Ziel bis 2025 erreichen. Aufgrund der unter „Fortschritt“ genannten Gründen haben wir das bisherige globale Ziel zur Reduzierung der Wasserintensität jedoch durch ein risikobasiertes und kontextspezifisches Ziel ersetzt. Diese Anpassung spiegelt unsere gestiegene methodische Reife wider und unterstreicht unser Engagement, Maßnahmen zu Wasserreduktion dort zu fokussieren, wo sie den größten ökologischen Nutzen erzielen.

100 % der Hauptproduktionsstandorte in Einzugsgebieten mit hohem Wasserrisiko werden moderne Technologien zur Wasserwiederverwendung installieren

Ziel	Aufbauend auf den Erkenntnissen aus unserem Wasserintensitäts-Reduktionsziel für 2025 haben wir einen neuen freiwilligen globalen Zielwert für den Zeitraum 2026 bis 2030 definiert. Dieser sieht den Einsatz moderner Wasserwiederverwendung an Hauptproduktionsstandorten in Hochrisiko-Einzugsgebieten vor. Bis 2030 werden 100 % dieser Standorte moderne Technologien für die Wasserwiederverwendung in industriellen Prozessen einführen, z. B. bei Klimatisierung, Prozesskühlung oder Dampferzeugung. Ziel dieser Maßnahmen ist es, die Frischwasserentnahme zu verringern, das verantwortungsvolle Wassermanagement (Water Stewardship) in unseren Betrieben und Einzugsgebieten zu stärken sowie die Wasserresilienz in Regionen mit knappen Wasserressourcen zu erhöhen. ¹
Basisjahr/-wert	2025, 43 % der Standorte in Hochrisiko-Einzugsgebieten haben bereits moderne Technologien für die Wasserwiederverwendung eingeführt
Fortschritt	Da es sich um ein neues Ziel handelt, wird der Fortschritt ab 2026 berichtet.
Umfang	Das Ziel gilt für Produktionsstandorte des Unternehmensbereichs Consumer in Einzugsgebieten mit hoher Wasserknappheit oder hohem Wasserrisiko.
Methoden und Annahmen	Das Ziel basiert auf Wasserbilanzbewertungen auf Standortebene, ingenieurtechnischen Machbarkeitsstudien und primären Wasserverbrauchsdaten. Sie umfasst geplante Investitionen in Technologien zur Wasserrückgewinnung und -wiederverwendung, die mit branchenüblichen Best Practices verglichen werden. Um Standorte mit hohem Wasserrisiko zu identifizieren, beziehen wir uns auf den „Baseline Water Stress“-Indikator, wie er im „Water Risk Filter“ des WWF und im „Aqueduct 4.0 Water Risk Atlas“ des WRI definiert ist, sowie auf interne Risikobewertungen auf Standortebene. Im Rahmen der fortlaufenden Entwicklung unserer Water Stewardship Strategie und als Reaktion auf aufkommende Best Practices im wissenschaftsbasierten, kontextuellen und auf das Einzugsgebiet bezogenen Wassermanagement entwickeln wir unsere Leistungskennzahlen über den ausschließlichen Fokus auf Wasserintensität und Effizienz hinaus und verfolgen einen ganzheitlicheren Ansatz.
Überwachung des Ziels	Fortschritte werden anhand unseres internen Systems SUSY überwacht, das eine standortgenaue Erfassung von Wiederverwendungsmengen und eine konsolidierte, globale Berichterstattung ermöglicht.

¹ Als Hauptstandorte gelten Produktionsstandorte mit einem Anteil von über 3 % der globalen Wasserentnahme.

Für den Unternehmensbereich tesa gibt es derzeit keine messbaren Ziele im Zusammenhang mit Wasser. Dies liegt daran, dass der Aufbau einer ausreichend detaillierten, unternehmensweiten Wasserdatenbank noch nicht abgeschlossen ist.

Aktuell erfassen wir die Wassernutzung über die „SoFi“-Datenbank, unsere Software zur Sammlung und Überwachung von Kennzahlen in den Bereichen Gesundheit, Sicherheit und Umwelt. Die Bereitstellung der relevanten Daten in „SoFi“ ist für nach ISO 14001 zertifizierte Produktionsstandorte innerhalb des Unternehmensbereich tesa verpflichtend. Diese Standorte unterliegen regelmäßigen internen Audits sowie externen Umweltaudits im Rahmen der Matrixzertifizierung. Wasserdaten wie Verbrauch und Abwassermengen werden an den Produktionsstandorten jährlich erfasst und protokolliert. Wir führen außerdem regelmäßige Wasserrisikobewertungen durch und nehmen wasserbezogene Daten in unsere CDP-Berichte auf.

Die derzeit verfügbaren Daten bilden zwar eine belastbare Basis; um messbare Ziele im Zusammenhang mit Wasser zuverlässig überwachen zu können, benötigen wir jedoch detailliertere Daten. Aus diesem Grund planen wir, die Häufigkeit der Berichterstattung zu erhöhen, um so eine solidere Datenbank als Grundlage für messbare Wasserziele zu erhalten.

Kennzahlen im Zusammenhang mit Wasser

	Einheit	Consumer	tesa	Konzern
Gesamtwasserverbrauch	m ³	626.200	125.440	751.640
Gesamtwasserverbrauch in Gebieten, die von Wasserrisiken betroffen sind, inkl. Gebiete mit hohem Wasserstress	m ³	449.813	28.085	477.898
Gesamtwasservolumen des zurückgewonnenen und wiederverwendeten Wassers	m ³	136.638	0	136.638
Gesamtwasserentnahme	m ³	1.479.358	464.345	1.943.703
Gesamtwasserableitung	m ³	853.158	338.905	1.192.063

Methoden und signifikante Annahmen

Die Messung der wasserbezogenen Kennzahlen basiert im Unternehmensbereich Consumer auf vierteljährlichen Dateneingaben, die von den SHE-Manager*innen an den einzelnen Standorten bereitgestellt werden, während tesa die Daten jährlich erfasst. Die Datenerfassung erfolgt über das „Sphera SCCS“-Tool, das standardisierte und konsolidierte Informationen über alle Standorte hinweg ermöglicht. Thematische Expert*innen validieren die Daten jedes Quartal (Consumer) bzw. einmal pro Jahr (tesa), um Genauigkeit, Konsistenz und die Einhaltung der festgelegten Methoden sicherzustellen.

Wesentliche Annahmen umfassen die Zuverlässigkeit der von den SHE-Manager*innen bereitgestellten Daten auf Standortebene sowie die Effektivität des Validierungsprozesses durch thematische Expert*innen.

Die Daten beziehen sich nur auf unsere Produktionswerke und nicht auf unsere Bürostandorte. Bei allen Daten handelt es sich um Primärdaten, die nicht geschätzt oder extrapoliert wurden.

Derzeit werden die wasserbezogenen Kennzahlen intern von thematischen Expert*innen validiert. Thematische Expert*innen führen umfassende Überprüfungen durch (vierteljährlich für den Unternehmensbereich Consumer, jährlich für tesa), um die Datenintegrität zu gewährleisten und die Einhaltung interner und externer Berichtsstandards sicherzustellen. Obwohl der Validierungsprozess robust ist, könnte eine zukünftige Validierung durch eine unabhängige externe Stelle in Betracht gezogen werden, um die Transparenz zu erhöhen und zusätzliche Sicherheit hinsichtlich der Genauigkeit und Zuverlässigkeit der Kennzahlen zu bieten.

ESRS E4 - Biologische Vielfalt und Ökosysteme

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Im Rahmen unserer doppelten [Wesentlichkeitsanalyse](#) haben wir die folgende negative Auswirkung auf die biologische Vielfalt durch unsere Geschäftstätigkeit in der vorgelagerten Wertschöpfungskette identifiziert.

IRO	Beschreibung	Wertschöpfungs- kette	Zeit- horizont
Direkte Ursachen des Biodiversitätsverlusts (Landnutzungsänderung)			
–	Beiersdorf bezieht Palmöl und Naturkautschuk aus Südostasien. Die damit verbundene Lebensraumzerstörung durch Abholzung großer Flächen tropischen Regenwalds zugunsten von Plantagenausweitungen und Monokulturen führt zum Verlust der biologischen Vielfalt.	Vorgelagert	

 Positive Auswirkung
  Negative Auswirkung
  Risiko
  Chance

 Kurzfristig
  Mittelfristig
  Langfristig

Beiersdorf ist sich der Auswirkungen der industriellen Nutzung von Palmöl und Naturkautschuk auf die biologische Vielfalt und Ökosysteme bewusst. Beide Materialien sind zentrale Rohstoffe für unser Unternehmen – z. B. Palm(kern)öl-Derivate für Hautpflegeprodukte und Naturkautschuk für Universal-Klebebänder. Ihre fortlaufende Verfügbarkeit ist entscheidend für den Erfolg unseres Unternehmens. Allerdings geht die Ausweitung von Ölpalmen- und Naturkautschukplantagen häufig mit der Entwaldung großer Flächen (tropischer) Regenwälder und anderer wertvoller Ökosysteme einher. Aus diesem Grund haben wir Landnutzungsänderung in der vorgelagerten Wertschöpfungskette als wesentliches Thema für Beiersdorf identifiziert.

In unserer doppelten Wesentlichkeitsanalyse haben wir keine negativen Auswirkungen im Hinblick auf Bodenversiegelung oder Wüstenbildung ermittelt. Zudem haben wir festgestellt, dass unsere eigenen Standorte keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf biodiversitätssensible Gebiete haben. Ebenso wurden keine Tätigkeiten identifiziert, die bedrohte Arten negativ beeinflussen.

Consumer

Analyse der Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen

In einem zweistufigen Prozess bewerteten wir tatsächliche und potenzielle Auswirkungen auf die biologische Vielfalt und Ökosysteme sowohl für unsere eigenen Aktivitäten als auch entlang der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette. Zunächst führten wir eine Rückverfolgbarkeitsstudie unserer Palmöl-Lieferkette durch; in einem zweiten Schritt bewerteten wir mithilfe von Tools wie dem „Biodiversity Risk Filter“ (BRF) und dem „Water Risk Filter“ (WRF) des WWF biodiversitätsbezogene Risiken in den spezifischen geografischen Gebieten unserer eigenen Standorte und der Ölmühlen in der vorgelagerten Lieferkette. Als Gründungsmitglied der „Action for Sustainable Derivatives“ (ASD) führen wir seit 2019 außerdem eine jährliche Transparenzanalyse unserer Palmöl-Lieferkette durch, um Hotspots zu identifizieren, vorgelagerte Lieferketten offenzulegen und gezielt lokale Projekte zu unterstützen.

Der BRF des WWF berücksichtigt sowohl die geografischen Gebiete unserer Standorte als auch den Sektor, in dem wir tätig sind. Diese Faktoren bestimmen zusammen das gesamte Biodiversitätsrisiko eines Standorts, basierend auf 33 Indikatoren, die unterschiedliche Aspekte von Biodiversitätsrisiken abdecken. Für jeden Indikator wird ein Risikowert berechnet, der auf der Bewertung des Zustands des Biodiversitätsaspekts an einem spezifischen Standort basiert sowie auf der Abhängigkeit/Auswirkung des Sektors von diesem Indikator. Abhängigkeit bedeutet in diesem Zusammenhang, dass die gewählte Branche auf Ökosystemdienstleistungen angewiesen ist, z. B. zur Bereitstellung von Wasser und Holz, oder zur Regulierung und Minderung von Umweltauswirkungen. Umgekehrt haben Branchen bestimmte Auswirkungen auf die biologische Vielfalt an ihren Standorten, z. B. durch direkte oder

indirekte Ausbeutung, Umweltverschmutzung und Landnutzungsänderungen (einschließlich Umwandlung, Degradierung und Veränderung von Ökosystemen).

Physische Risiken wurden anhand unserer Abhängigkeit von intakten Ökosystemen und unserer Exposition gegenüber Ökosystemdegradation oder Naturgefahren bewertet. Standorte in Gebieten mit hoher Wasserknappheit oder schlechten Bodenbedingungen sind beispielsweise höheren physischen Risiken ausgesetzt. Der BRF bewertet diese Risiken unter Berücksichtigung der lokalen Umweltbedingungen und der Abhängigkeit der Industrie von Ökosystemdienstleistungen. Das Tool bewertet außerdem Übergangsrisiken, indem es berücksichtigt, wie sich politische Veränderungen, Trends im Konsumverhalten oder technologische Entwicklungen auf die Geschäftstätigkeiten einer Branche auswirken könnten.

Beiersdorf hat derzeit keine systemischen Risiken in seine Bewertung einbezogen und betroffene Gemeinschaften nicht direkt zur Wesentlichkeitsanalyse gemeinsamer biologischer Ressourcen und Ökosysteme konsultiert.

Keines unserer Produktionszentren überschneidet sich mit Gebieten mit schutzbedürftiger Biodiversität, wie sie gemäß des WWF BRF definiert sind. Die Aktivitäten an den Standorten beeinträchtigen daher weder diese Gebiete noch führen sie zu einer Verschlechterung natürlicher Biotope und Lebensräume von Arten. Für unsere Geschäftstätigkeiten haben wir derzeit nicht bewertet, ob es notwendig ist, Maßnahmen zur Minderung der Auswirkungen auf die biologische Vielfalt umzusetzen, wie sie in der Richtlinie 2009/147/EG des Europäischen Parlaments und des Rates genannt werden.

Richtlinien im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen

Wir streben an, unsere negativen Auswirkungen auf Ökosysteme und die biologische Vielfalt zu begrenzen, um unseren rechtlichen, ökologischen und sozialen Verpflichtungen in diesem Kontext gerecht zu werden. Dafür setzt Beiersdorf verbindliche Biodiversitätsstandards in seinen Unternehmensrichtlinien.

Sustainable Palm Policy (Consumer)

Inhalt	Unsere „Sustainable Palm Policy“ bietet Leitlinien zur Minderung negativer Auswirkungen des Palmölanbaus auf Ökosysteme sowie zur Förderung landwirtschaftlicher Praktiken, die weniger umweltschädlich als konventionelle Methoden sind. Sie adressiert unsere wesentlichen Auswirkungen auf biologische Vielfalt und betroffene Gemeinschaften, die insbesondere durch die Beschaffung und Nutzung von Palm(kern)öl-Derivaten entstehen. Die Richtlinie unterstützt die Zusammenarbeit mit Partnern in der Lieferkette, um palmölbasierte Rohstoffe bis auf die Ebene von Raffinerie, Mühle und Plantage zurückverfolgen zu können.
Themenbezogener Inhalt	Die Richtlinie adressiert Treiber von Biodiversitätsverlust wie Klimawandel, Landnutzungsänderung, direkte Ausbeutung, Auswirkungen auf Ökosysteme, Auswirkungen auf den Zustand von Arten sowie Ökosystemdienstleistungen, indem sie folgende zentrale Aspekte beinhaltet: • Wir streben eine Palmölbeschaffung an, die nicht zur Entwaldung oder Umwandlung natürlicher Lebensräume führt und möchten auf diese Weise zum Schutz artenreicher Gebiete beitragen. • Wir möchten die Entwicklung von Palmölplantagen und das Abbrennen von Flächen auf Torfmooren sowie in Gebieten mit hohem Kohlenstoffbestand („High Carbon Stock“, HCS)- und hohem Schutzwert („High Conservation Value Areas“, HCVA)¹ vermeiden, um CO₂-Senken und Lebensräume gefährdeter Arten zu erhalten. • Wir möchten Methoden des nachhaltigen Landschaftsmanagements fördern, die das ökologische Gleichgewicht erhalten und die Artenvielfalt stärken. Dies kann z. B. durch Pufferzonen oder Schutzgebiete erfolgen, die als Lebensräume und Korridore für Wildtiere dienen. • Unser Ziel ist die Förderung von Anbaumethoden, die die Zerstörung von Lebensraum reduzieren, den Flächenverbrauch begrenzen und Wildtiere schützen. Die „Sustainable Palm Policy“ befasst sich nicht explizit mit dem Schutz von biologischer Vielfalt und Ökosystemen an unseren Standorten im eigenen Geschäftsbereich. Grund dafür ist, dass wir für diese keine wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen identifiziert haben. Auch Aspekte, die sich auf Aktivitäten in Meeren und/oder Ozeanen beziehen, sind nicht Gegenstand der Richtlinie, da sie für Beiersdorf als nicht wesentlich identifiziert wurden.

Sustainable Palm Policy (Consumer)

Anwendungsbereich	Die Richtlinie umfasst alle palmölbasierten Rohstoffe, die der Unternehmensbereich Consumer einkauft, an den eigenen Produktionsstandorten weltweit hergestellte Produkte und Drittherstellerbetriebe sowie Lieferanten einschließlich deren gesamten vorgelagerten Wertschöpfungsketten.
Verantwortlichkeit	Der Sustainability Council überwacht die Umsetzung der Richtlinie, der Vice President Sustainability bestätigt sie.
Standards/Initiativen Dritter	Die Richtlinie basiert auf Initiativen Dritter wie dem „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO) und dem „Forum for Sustainable Palm Oil“ (FONAP). Außerdem berücksichtigt die Richtlinie Standards wie den oben erwähnten HCSA, die „UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte“ und die „Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation“ (ILO).
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Die Richtlinie bezieht die Sichtweisen relevanter Stakeholder*innen mit ein. Dazu zählen kleinbäuerliche Betriebe und lokale Gemeinschaften, einschließlich indigener Völker sowie Partner in der Lieferkette und Multi-Stakeholder-Initiativen.
Verfügbarkeit	Wir machen die Richtlinie zugänglich, indem wir sie auf unserer Website veröffentlichen und die betreffenden Lieferanten informieren.

¹ HCS und HCVA definiert gemäß dem „High Carbon Stock Approach“ (HCSA).

tesa Environmental & Energy Policy

Themenbezogener Inhalt	2025 haben wir Artenvielfalt als Kernprinzip in unsere „tesa Environmental & Energy Policy“ aufgenommen, die uns bei Beschaffung, Landnutzung und Engagement mit Stakeholder*innen als Leitplanke dient. Mit dieser Entscheidung würdigen wir nachdrücklich die entscheidende Rolle der Artenvielfalt für die Bewahrung resilienter Ökosysteme, die Stabilisierung des Klimas und die Sicherung natürlicher Ressourcen für künftige Generationen.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung der „tesa Environmental & Energy Policy“ ist im Kapitel „ESRS E1 – Klimawandel“ zu finden.

Maßnahmen im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen

Die Lieferketten von Palm(kern)öl und Naturkautschuk sind komplex und beinhalten viele unterschiedliche Akteure, darunter kleinbäuerliche Betriebe, Zwischenhändler und Großplantagenbetriebe. Diese Ausgangslage erschwert die präzise Rückverfolgung der Herkunft beider Rohstoffe. Beiersdorf hat deswegen einen Ansatz entwickelt, der mehrere Hebel gleichzeitig nutzt, um eine Reihe von Maßnahmen umzusetzen, die diese Herausforderungen adressieren und die wesentliche Auswirkung auf die biologische Vielfalt angehen sollen. Die Maßnahmen sollen einen Beitrag zur Erreichung der in den oben genannten Richtlinien festgelegten Umweltziele leisten.

Unsere derzeitigen Maßnahmen im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen sehen keine Ausgleichsmaßnahmen für die Biodiversität vor. Der Bericht enthält daher weder Ziele noch Schlüsselkennzahlen oder Finanzierungsauswirkungen für derartige Maßnahmen. Zudem haben wir bisher weder einheimisches und indigenes Wissen noch naturbasierte Lösungen in unsere Maßnahmen einbezogen.

RSPO-Zertifizierung

Maßnahme	Unser Ziel ist es, ausschließlich palmölbasierte Rohstoffe zu verwenden, die zu 100 % aus nachhaltigen Quellen entsprechend dem „Mass Balance“-Modell des RSPO stammen.
Umfang	Vorgelagerte Wertschöpfungskette, Unternehmensbereich Consumer
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Nach dem „Mass Balance“-Modell können Produkte zertifiziert werden, die sowohl RSPO-zertifiziertes als auch nicht zertifiziertes Palmöl enthalten. Dabei müssen Unternehmen sicherstellen, dass die verarbeitete Menge RSPO-zertifizierten Palmöls der eingekauften Menge an RSPO-zertifiziertem Palmöl entspricht. Dieses Modell ist besonders für Palm(kern)öl-Derivate geeignet, da deren Lieferketten oft komplexer sind als die von reinem Palmöl. Deshalb gibt es derzeit keine Infrastruktur für Lieferketten, in denen RSPO-zertifizierte und nicht zertifizierte Derivate getrennt voneinander gehandelt werden.
Fortschritt	Die Zielsetzung der Maßnahme wird seit 2020 kontinuierlich erreicht.

Beschaffung und Überwachung von entwaldungsfreien Bezugsquellen

Maßnahme	Wir arbeiten weiterhin an unserem Ziel, Palm(kern)öl-Derivate aus entwaldungsfreien Quellen zu beziehen. In diesem Zuge ermittelt die „Action for Sustainable Derivatives“ (ASD) Initiative umfassende Informationen über die vorgelagerte Lieferkette durch Abfragen bei unseren direkten Lieferbetrieben, sodass Transparenz entlang der gesamten Palmöl-Lieferkette geschaffen wird (siehe Kapitel „ESRS S3 – Betroffene Gemeinschaften“). Diese Informationen dienen als Grundlage für die Nutzung des Satellitenüberwachungsprogramms „Nusantara Atlas“, welches uns ermöglicht, unseren Fortschritt in Bezug auf entwaldungsfreie Lieferketten zu messen.
Umfang	Vorgelagerte Wertschöpfungskette, Unternehmensbereich Consumer
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Im Sommer 2025 hat das „Nusantara Atlas“-Programm seine Ergebnisse für das Jahr 2024 veröffentlicht. Auf dieser Grundlage konnten wir nachweisen, dass etwa 69 % des palmölbasierten Rohstoffvolumens aus Palm(kern)ölmühlen in den beiden wichtigsten Herkunftsländern Indonesien und Malaysia aus entwaldungs- und umwandlungsfreien Quellen stammen. Diese Zahlen entsprechen den Vorgaben der EUDR mit Stichtag am 31. Dezember 2020.
Fortschritt	Die Zielsetzung der Maßnahme wird seit 2023 kontinuierlich erreicht.

Kooperationsprojekte mit dem WWF

Maßnahme	In Zusammenarbeit mit dem „World Wide Fund For Nature“ (WWF) und einem unserer Lieferanten, dem Chemieunternehmen Evonik, hat sich der Unternehmensbereich Consumer in zwei Projekten in Indonesien und Malaysia engagiert, um die Biodiversität zu fördern. Beide Initiativen haben das Ziel, durch Konfliktprävention zwischen Mensch und Tier und den Schutz natürlicher Ressourcen aktiv zur Erhaltung der Biodiversität beizutragen.
Verweis	Die Maßnahmen sind ausführlich im Kapitel „ESRS S3 – Betroffene Gemeinschaften“ beschrieben.

Analyse naturbezogener Risiken

Maßnahme	In Zusammenarbeit mit einer externen Beratung haben wir eine mehrphasige Analyse durchgeführt. Ziel war es, ein wissenschaftlich fundiertes Verständnis unserer naturbezogenen Wirkungszusammenhänge aufzubauen und zukünftige Zielsetzungen zu unterstützen. Dabei wurden zentrale Themen wie Wasser, Landnutzung, Biodiversität und Ressourcennutzung betrachtet, um wesentliche Auswirkungen und Abhängigkeiten entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette (Rohstofflieferketten, Produktionsstandorte und Beschaffungsregionen) zu priorisieren. Auf Basis dieser identifizierten Hotspots konnten wir physische und transitorische Risiken sowie Chancen ableiten. Unsere Methodik orientierte sich dabei an globalen Rahmenwerken wie dem „Science-Based Targets for Nature“ (SBTN) und der „Taskforce on Nature-related Financial Disclosures“ (TNFD).
Umfang	Direkte operative Tätigkeiten und vorgelagerte Wertschöpfungskette, Unternehmensbereich Consumer
Zeithorizont	2024 bis 2025
Erwartetes Ergebnis	Diese Maßnahme lieferte uns die fundierte Evidenzgrundlage, die wir benötigen, um unser Risikomanagement zu stärken, strategische Entscheidungen zu treffen und klare naturbezogene Ziele festzulegen.
Fortschritt	Die Analyse wurde 2025 abgeschlossen.

Hotspot-Analyse zu Auswirkungen auf die Natur

Maßnahme	Wir haben einen externen Partner mit der Durchführung einer Hotspot-Analyse beauftragt, um zu ermitteln, wo tesa die größten negativen Auswirkungen auf die Natur hat und welche Rohstoffe und eigenen Betriebsabläufe die wesentlichen Treiber hierfür sind. Zu diesem Zweck wurden Daten zu Produktionsstandorten und Rohstoffen evaluiert.
Umfang	Direkte operative Tätigkeiten und in der vorgelagerten Wertschöpfungskette eingekaufte Güter, Unternehmensbereich tesa
Zeithorizont	Januar 2025 bis Juli 2025
Erwartetes Ergebnis	Anhand der Analyseresultate werden wir eine gründliche Überprüfung bestehender Maßnahmen wie der FSC®-Zertifizierung vornehmen, um festzustellen, inwiefern sie sich positiv oder negativ auf die Natur auswirken. Die Resultate wollen wir zudem in unsere Nachhaltigkeitsstrategie, die Entwicklung von Beschaffungsleitlinien oder das Lieferantenengagement einfließen lassen.
Fortschritt	Die Maßnahme wurde im Juli 2025 abgeschlossen.

Ziele im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen

Beiersdorf entwickelt derzeit für die Unternehmensbereiche Consumer und tesa eine umfassende Biodiversitätsstrategie sowie konkrete Ziele im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen. Die entsprechenden Ziele sollen innerhalb der nächsten drei Jahre veröffentlicht werden. Für 2025 werden daher keine strategischen Ziele berichtet.

Dessen ungeachtet haben wir bereits folgende Zielsetzungen für den Unternehmensbereich Consumer formuliert und nutzen qualitative und quantitative Indikatoren zur Bewertung unseres Fortschritts:

- Wir streben bis Ende 2030 eine entwaldungsfreie Palmöl-Lieferkette an.¹¹ Dies unterstreicht unser Engagement, mit dem wir uns seit 2020 im Einklang mit der EUDR für den Schutz („Zero Deforestation“) von Primär- und Sekundärwäldern sowie natürlicher Ökosysteme einsetzen.
- Wir wollen 100 % unserer palmölbasierten Rohstoffe aus Quellen beziehen, die gemäß dem „Mass Balance“-Modell des RSPO als nachhaltig zertifiziert sind. Dieses Ziel haben wir Ende 2020 erreicht und seitdem aufrechterhalten.
- Zudem erfassen wir die Anzahl der kleinbäuerlichen Betriebe in unseren Projekten zum Schutz von Biodiversität und Ökosystemen sowie die Fläche, die mit ökologisch fortschrittlichen Anbaupraktiken bewirtschaftet wird.

¹¹ Wir gehen davon aus, dass Entwaldungsdaten für 2025 bis Mitte 2026 vorliegen werden. Zu diesem Zeitpunkt werden wir unseren Fortschritt auf dem Weg zur Zielerreichung evaluieren.

ESRS E5 - Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

In unserer doppelten [Wesentlichkeitsanalyse](#) haben wir in Hinblick auf Ressourcenzuflüsse, Ressourcenabflüsse und Abfälle wesentliche negative Auswirkungen und ein Risiko identifiziert.

IRO	Beschreibung	Wertschöpfungs-kette	Zeit-horizont
Ressourcenzuflüsse			
–	Eine Vielzahl verschiedener biologischer Materialien, neue fossil basierte Materialien und Verpackungen werden für die Herstellung unserer Produkte verbraucht.	Eigener Betrieb	
Ressourcenabflüsse			
–	Mit den Produkten wird zu einem erheblichen Abfluss von Materialien und Kunststoffverpackungen beigetragen.	Eigener Betrieb	
–	Die meisten tesa Produkte (z. B. Klebebänder) können nach dem Ende ihrer Lebensdauer nicht recycelt werden, was sich negativ auf die Kreislaufwirtschaft der Kunststoffströme auswirkt.	Nachgelagert (tesa)	
!	Neue EU-Verordnungen im Bereich der Kreislaufwirtschaft führen zu zusätzlichen Gebühren und Investitionen in nachhaltige Verpackungsinnovationen.	Eigener Betrieb	
Abfall			
–	Am Ende des Lebenszyklus entsteht Verpackungsabfall. Die Produkte werden hauptsächlich in Kunststoff- und/oder Pappkartons verpackt, die zwar recycelt werden können, aber nicht vollständig biologisch abbaubar sind. In Ländern, in denen es kein ordnungsgemäßes Recycling gibt, können diese in der Verbrennung oder auf Deponien enden, bei unsachgemäßer Entsorgung durch Verbraucher*innen schlimmstenfalls direkt in der Umwelt.	Nachgelagert	

Positive Auswirkung
 Negative Auswirkung
 Risiko
 Chance

Kurzfristig
 Mittelfristig
 Langfristig

Der Einsatz großer Mengen an Rohstoffen in unseren Produkten, die Entsorgung der Produkte und ihrer Verpackungen am Produktlebensende sowie die Verpackungsgestaltung können zum Abfallaufkommen beitragen und sich so negativ auf die Umwelt auswirken.

Die Produkte in den Unternehmensbereichen Consumer und tesa setzen sich aus verschiedenen Materialien zusammen und unterscheiden sich grundlegend in ihren Charakteristika. Wir haben Prozesse etabliert, um die Produkte beider Unternehmensbereiche, soweit möglich, anhand passender zirkulärer Prinzipien zu gestalten. Dabei spielen folgende Kriterien eine Rolle: Wiederverwendbarkeit, Wiederaufbereitung, Recycling, Rückführung in den biologischen Kreislauf und Optimierung der Nutzung des Produkts oder Materials durch andere Kreislaufgeschäftsmodelle.

Im Zusammenhang mit Kunststoffverpackungen wollen wir eine bessere Recyclingfähigkeit am Ende des Lebenszyklus sowie einen vermehrten Anteil recycler (Sekundärmaterialien) und biobasierter Materialien erreichen. So möchten wir dazu beitragen, unser Risiko durch Anforderungen neuer Gesetzgebungen z. B. im Rahmen des „European Green Deals“ zu reduzieren und gleichzeitig unserer Verantwortung als Konsumgüterunternehmen gerecht zu werden.

Richtlinien im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft

Beiersdorf setzt sich in seinen Unternehmensbereichen für die Stärkung der Kreislau ffähigkeit von Produkten, Inhaltsstoffen und Verpackungen ein und hat dies in entsprechenden Richtlinien adressiert. Wir verfolgen einen ganzheitlichen Ansatz von der Auswahl der eingesetzten Stoffe bis zum Design unserer Produkte, das die Recyclingfähigkeit und den Einfluss der eingesetzten Rohstoffe am Ende des Lebenszyklus auf die Umwelt mitbestimmt. Die Schwerpunkte der Richtlinien und grundsätzlichen Ansätze variieren je nach Unternehmensbereich, da unterschiedliche Rohstoffe, Materialien und Produkte in unterschiedlichem Ausmaß verwendet werden.

Beiersdorf Environmental Policy (Consumer)

Themenbezogener Inhalt	Die Richtlinie definiert unsere Vorgehensweise zur Steigerung der Kreislauffähigkeit. Ein Ziel ist es, den Anteil sekundärer Rohstoffe in unseren Produkten, insbesondere für unsere Verpackungen, zu erhöhen. Zudem adressiert sie die Beschaffung von Rohstoffen sowie den Einsatz erneuerbarer Materialien in unseren Produkten. Auf Basis dieser Richtlinie und unserer Ziele werden Maßnahmen abgeleitet und durch den Vorstand verabschiedet.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung der „Beiersdorf Environmental Policy“ ist im Kapitel „ESRS E1 – Klimawandel“ zu finden.

Sustainable Paper and Cardboard Policy (Consumer)

Inhalt	Die „Sustainable Paper and Cardboard Policy“ verfolgt das Ziel, papierbasierte Verpackungen und Materialien nachhaltig und entwaldungsfrei zu gestalten. Gleichzeitig soll sie zum Hebel rund um Verpackungen unseres Net-Zero-Ziels zur Eindämmung des Klimawandels beitragen (siehe Kapitel „ESRS E1 – Klimawandel“). Die Richtlinie basiert auf den Abfallhierarchie-Prinzipien „Vermeiden, Reduzieren, Wiederverwenden und Recyceln“ und fordert bevorzugt recyclingfähige Lösungen. Für alle papierbasierten Materialien gilt seit dem Update der Richtlinie im Jahr 2024 die Vorgabe, recycelte oder nach dem „Forest Stewardship Council“ (FSC®) zertifizierte Fasern einzusetzen. Die Materialien für alle Faltschachteln, Blisterkarten und Beipackzettel sind bereits seit 2020 recycelt oder FSC®-zertifiziert.
Anwendungsbereich	Die Richtlinie umfasst alle papierbasierten Materialien, einschließlich Faltboxen und Werbemittel. Sie gilt weltweit für alle vom Unternehmensbereich Consumer produzierten bzw. von Drittanbietern hergestellten und von Consumer vertriebenen Produkte.
Verantwortlichkeit	Der Vice President Sustainability ist für die Umsetzung der Richtlinie verantwortlich.
Standards/Initiativen Dritter	Die Richtlinie bezieht sich nicht auf einen spezifischen Standard oder eine Initiative Dritter, orientiert sich jedoch an regulatorischen Anforderungen wie der EU-Verordnung über entwaldungsfreie Produkte (EUDR).
Einbeziehung von Stakeholder*innen	In die Aktualisierung der Richtlinie ist das Feedback von Lieferanten zur Vorgängerversion (2018) eingeflossen. Darüber hinaus wurde die überarbeitete Richtlinie an relevante Stakeholder*innen (z. B. Lieferanten) kommuniziert und im direkten Dialog diskutiert.
Verfügbarkeit	Die Richtlinie steht Geschäftspartnern über das Download-Center der Unternehmenswebsite zur Verfügung.

tesa Environmental & Energy Policy

Themenbezogener Inhalt	Diese Richtlinie geht u. a. auf den Umgang mit Ressourcen und Abfall sowie auf ökologisch nachhaltige Beschaffung ein und priorisiert die Abfallhierarchie-Prinzipien „Vermeiden, Reduzieren und Wiederverwenden“ gegenüber der Entsorgung. Sie verpflichtet unsere Standorte, alle Abfälle sowie deren Beschreibung, Menge, Klassifizierung und Entsorgungswege zu dokumentieren. Außerdem ist der ökologisch verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen, insbesondere mit Rohstoffen und Chemikalien, festgehalten. Eine ökologisch verantwortungsvolle und auf Nachhaltigkeitsaspekte ausgerichtete Beschaffung von Rohstoffen, beispielsweise gemäß Kriterien der FSC®-Zertifizierung, ist ebenfalls Bestandteil.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung der „tesa Environmental & Energy Policy“ ist im Kapitel „ESRS E1 – Klimawandel“ zu finden.

Maßnahmen im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft

Consumer

In einer funktionsübergreifenden Zusammenarbeit von Nachhaltigkeitsexpert*innen haben wir langfristige Handlungsfelder identifiziert, die sich auf unsere wesentlichen Auswirkungen und unser Risiko hinsichtlich Kreislaufwirtschaft und Ressourcennutzung beziehen. Ziel war es, Innovationsfelder zu erarbeiten, die im Einklang mit unseren übergeordneten Nachhaltigkeitszielen und unserem Net-Zero-Ziel (siehe [„ESRS E1 – Klimawandel“](#)) stehen.

Die folgenden Maßnahmen haben unsere kurzfristigen Ziele bis 2025 unterstützt und sollen dazu beitragen, die neu gesteckten Ziele bis 2030 zu erreichen.

Produktbezogene Maßnahmen

Maßnahme	Wir haben unser mittelfristiges Ziel zur Reduktion von Treibhausgasemissionen angepasst (s. Kapitel „ESRS E1 – Klimawandel“) und darauf basierend Handlungsfelder für den Bereich Verpackungen bis 2030 festgelegt: Im Mittelpunkt steht, den Einsatz von Recyclingmaterial weiter zu steigern und die Recyclingfähigkeit kontinuierlich zu verbessern. Auch wollen wir weiterhin daran arbeiten, das Verpackungsmaterial zu reduzieren, es auf Wiederverwendung auszurichten und biobasierte Kunststoffe einzusetzen. Wir schulen unsere Mitarbeiter*innen aus dem Innovationsprozess gezielt zu diesen Handlungsfeldern, sodass sie produktbezogene Maßnahmen ausarbeiten können, um eine erfolgreiche Umsetzung unserer Ziele sicherzustellen. Regulatorische Entwicklungen im Bereich der Kreislaufwirtschaft bewerten wir kontinuierlich und integrieren sie ebenso in unsere internen Schulungen. Die Wirksamkeit der produktbezogenen Maßnahmen wird regelmäßig durch den Sustainability Council mit Unterstützung unserer Verpackungsexpert*innen überprüft.
Umfang	Alle Verpackungen im Unternehmensbereich Consumer (global)
Zeithorizont	Bis 2030
Erwartetes Ergebnis	Durch das Monitoring des Umsetzungsfortschritts der produktbezogenen Maßnahmen anhand der weiter unten beschriebenen Kennzahlen können wir den Einsatz fossilen Neukunststoffs reduzieren. Damit zielen wir darauf ab, die als wesentlich identifizierten negativen Auswirkungen auf Ressourcenabflüsse und Ressourcenzuflüsse zu verringern.
Fortschritt	Siehe Ziele-Abschnitt (Consumer Teil) in diesem Kapitel

Initiative „Women in Circularity“

Maßnahme	Die Initiative „Women in Circularity“ ist eine sozial-ökologische Initiative, die durch die Bereitstellung von Spenden aus unserem COVID-19-Hilfsprogramm vier Kunststoffrecyclingorganisationen mit einem sozialen Geschäftskonzept unterstützt. Bereits seit 2023 unterstützen wir über unseren Partner „Haus des Stiftens“ die Organisationen „Delterra“ in Argentinien, „Recycle Up! Ghana“ in Ghana, „Green Worms“ in Indien und „TakaTaka Solutions“ in Kenia. Ende 2024 sind wir eine Partnerschaft mit der „Maecenata Stiftung“ eingegangen, über die wir seit Beginn des Berichtsjahres vier weitere Organisationen unterstützen: „Sustainindo“ in Indonesien, „sinba“ in Peru, „Re-purpose“ in Südafrika und „The Plastic Flamingo“ auf den Philippinen. Durch die Bereitstellung von insgesamt 8 Mio. Euro aus den Jahren 2023 und 2024 können die Organisationen in den kommenden Jahren Einkommens- und Entwicklungsmöglichkeiten für mehr als 1.600 Frauen im Bereich der Abfallwirtschaft ermöglichen. Die Initiative soll dazu beitragen, die Kapazitäten dieser Organisationen für das Sammeln und Recyceln von Kunststoffabfällen auf ca. 15.000 Tonnen pro Jahr zu erhöhen.
Umfang	Argentinien, Ghana, Indien, Kenia, Philippinen, Indonesien, Südafrika und Peru
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Wir erwarten den Ausbau der Infrastruktur, um das Recycling von Kunststoffabfällen in Schwellenländern zu fördern sowie Arbeitsplätze und Schulungsmaßnahmen zur Unterstützung von Frauen in der Abfallwirtschaft zu schaffen. Damit zielt die Initiative auf unsere wesentliche Auswirkung in Bezug auf Abfall ab.
Fortschritt	Bis Ende 2025 waren die ersten vier Organisationen operativ tätig. Insgesamt recycelten die Organisationen im Berichtsjahr über 7.000 Tonnen Kunststoff.

tesa

Für Produkte im Unternehmensbereich tesa führen wir Maßnahmen durch, um die Verwendung von fossilen Primärrohstoffen, insbesondere Plastik, zu reduzieren und den Anteil recycelter und biobasierter Rohstoffe zu erhöhen. Im Fokus steht hierbei, vermehrt auf die zertifizierte Beschaffung von biobasierten Rohstoffen umzustellen und in der Produktentwicklung eine Nachhaltigkeitsbewertung zu verankern. Die Umsetzung wird in den Geschäftseinheiten geplant und verantwortet.

Umstellung der Produktverpackungen

Maßnahme	Ein laufendes Programm umfasst Maßnahmen für die Umstellung unserer Verpackungen auf recycelte und biobasierte Materialien. Das offiziell bis 2025 gelaufene Programm wurde verlängert.
Umfang	Alle Verpackungen selbst hergestellter Produkte des Unternehmensbereich tesa (global)
Zeithorizont	Bis 2025
Erwartetes Ergebnis	Durch die Umsetzung dieser Maßnahmen sollte der Einsatz fossilen Neukunststoffs in unseren Verpackungen bis Ende 2025 um 50 % im Vergleich zu 2018 reduziert werden. Für den Zeitraum bis 2030 wollen wir 2026 neue Ziele definieren. Damit zielen wir weiter auf die Minderung unserer wesentlichen negativen Auswirkungen auf Ressourcenabflüsse ab.
Fortschritt	Mit einer Reduktion von 63 % des fossilen Neukunststoffs in unseren Verpackungen haben wir bis Ende 2025 unser Ziel übertroffen.
Änderung zum Vorjahr	Das Basisjahr wurde aufgrund von verbesserter Datenqualität von 2019 auf 2018 angepasst.

Ziele im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft

In Bezug auf Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft haben wir uns in den Unternehmensbereichen Consumer und tesa jeweils freiwillige globale Ziele gesetzt. Diese Ziele von Beiersdorf sind eng mit den Zielen des europäischen Green Deals verknüpft, der eine klimaneutrale, ressourceneffizientere und kreislaufforientierte Wirtschaft bis 2050 anstrebt.

Consumer

Die nachfolgenden Ziele rund um Kreislaufwirtschaft des Unternehmensbereichs Consumer haben sich alle über einen Zeitraum bis 2025 erstreckt und die übergeordneten Zielsetzungen der „Beiersdorf Environmental Policy“ unterstützt. Sie betrafen unsere eigenen Aktivitäten und bezogen sich auf Verpackungen aus Kunststoff, mit Ausnahme unseres Joint Ventures NIVEA-Kao sowie der Marken Chantecaille, La Prairie und Coppertone. Inhaltlich berücksichtigten wir insbesondere: die Ausweitung des kreislaufforientierten Produktdesigns, die Erhöhung der kreislaufforientierten Materialnutzungsrate, die Minimierung von Primärrohstoffen und die nachhaltige Beschaffung und Nutzung erneuerbarer Ressourcen. Nicht berücksichtigt wurden: die Abfallbewirtschaftung, einschließlich der Vorbereitung auf eine ordnungsgemäße Behandlung und sonstige Aspekte im Zusammenhang mit der Ressourcennutzung oder der Kreislaufwirtschaft.

Die Ziele basierten nicht auf weitergehenden wissenschaftlichen Erkenntnissen. Zwar gibt es einzelne Studien im Zusammenhang mit der Kreislaufwirtschaft, jedoch existieren bislang keine einheitlichen Indikatoren, die als Grundlage für eine standardisierte Bemessung hätten dienen können. Bei der Entwicklung unserer Ziele waren Verpackungsexpert*innen unserer Marken und das Corporate Sustainability Team eingebunden. Auch haben wir die Perspektiven von externen Stakeholder*innen berücksichtigt, insbesondere von Handelspartnern und Lieferanten. Die Kennzahlen zur Überwachung der Ziele wurden monatlich erhoben (Ausnahme: vierteljährliche Erhebung beim Ziel für wiederbefüllbare, wiederverwendbare und recyclingfähige Verpackungen) und dem Vorstandsvorsitzenden, dem Sustainability Council und den Beteiligten des Innovationsprozesses regelmäßig berichtet.

Reduzierung von erdölbasiertem Neuplastik

Ziel	Bis 2025 soll das Volumen von erdölbasiertem Neuplastik in unseren Verpackungen im Vergleich zu 2019 um 50 % reduziert werden. Das Ziel bezieht sich auf die Abfallhierarchie-Ebene Reduktion.
Basisjahr/-wert	2019, 69.616 Tonnen
Fortschritt	25 % Reduzierung zum Vorjahr; Reduzierung von 2019 bis 2025 insgesamt bei 37 %; Unser Ziel haben wir somit nicht erreicht.
Methoden und Annahmen	Die Kennzahl zur Fortschrittmessung des Ziels gibt an, inwieweit sich der Einsatz von erdölbasiertem Kunststoff im Vergleich zum Basisjahr prozentual reduzieren ließ. Der Wert war als absolute prozentuale Verringerung gegenüber dem Ausgangsniveau auszuweisen. Hierzu verknüpften wir Vertriebsdaten mit Verpackungsspezifikationen, sodass wir das Gesamtgewicht der eingesetzten Kunststoffverpackungen und den Anteil von recyceltem Kunststoff in absoluten Zahlen und prozentualen Werten jährlich präzise ermitteln konnten. Eine Extrapolation für fehlende Stammdaten wurde für diese Kennzahl nicht vorgenommen.
Änderungen zum Vorjahr	Bereits 2024 wurde angekündigt, dass sich die Zielerreichung zeitlich verschiebt. Dies war insbesondere auf das über den Erwartungen liegende Wachstum der letzten Jahre zurückzuführen. Darüber hinaus haben wir festgestellt, dass technische Herausforderungen und Kostenfaktoren den Einsatz von nicht erdölbasiertem Neuplastik verlangsamen. Aus diesem Grund werden wir dieses Ziel nicht weiterverfolgen und uns bis 2030 verstärkt auf die nachfolgenden Ziele konzentrieren.

Recyceltes Material in unseren Kunststoffverpackungen

Ziel	Bis 2025 sollten unsere Kunststoffverpackungen zu 30 % aus recyceltem Material bestehen. Obwohl wir aus Gründen der Kreislaufwirtschaft bevorzugt recycelte Materialien einsetzen möchten, ist dies aufgrund technologischer Anforderungen nicht in allen Formulierungen möglich. In solchen Fällen werden wir auf erneuerbare Kunststoffe zurückgreifen, die aus nachwachsenden Rohstoffen bestehen können und somit eine nachhaltige Alternative zu Neuplastik darstellen. Das Ziel bezieht sich auf die Abfallhierarchie-Ebene Recycling.
Basisjahr/-wert	2019, n/a
Fortschritt	30 % recyceltes Material im Jahr 2025; Ziel erreicht
Methoden und Annahmen	Die mit dem Ziel zusammenhängende Kennzahl dokumentiert den prozentualen Anteil des recycelten Kunststoffs im Vergleich zum gesamten Kunststoffeinsatz. Zur Errechnung verknüpften wir die Vertriebsdaten mit Verpackungsspezifikationen. Dadurch ließen sich sowohl das Gesamtgewicht der eingesetzten Kunststoffverpackungen als auch der Anteil von recyceltem Kunststoff in absoluten Zahlen und prozentualen Werten präzise berechnen. Eine Extrapolation für fehlende Stammdaten wurde für diese Kennzahl nicht vorgenommen.
Änderungen zum Vorjahr	Nach der Erreichung unseres Ziels im Berichtszeitraum 2025 haben wir uns für den Zeithorizont bis 2030 das Ziel gesetzt, 50 % recyceltes oder erneuerbares Plastikmaterial in unsere Kunststoffverpackungen zu integrieren.

Design von Verpackungen

Ziel	100 % unserer Verpackungen sollten bis 2025 wiederbefüllbar, wiederverwendbar oder recyclingfähig sein. Das Ziel bezieht sich auf die Abfallhierarchie-Ebenen Reduktion, Wiederverwendung und Recycling.
Basisjahr/-wert	n/a
Fortschritt	Im Berichtsjahr 82 % „Design for Recycling“ und 78 % globale Recyclingfähigkeit; Ziel nicht erreicht
Methoden und Annahmen	Die Kennzahl zur Fortschrittmessung des ursprünglichen Ziels gibt den Anteil der Verpackungen wieder, der „Design for Recycling“-Kriterien entsprach oder global recyclingfähig war. Grundlage für die Berechnung war das Kreislaufwirtschaftsmodell der „Ellen MacArthur Foundation“. Seit 2022 wird die Recyclingfähigkeit digital für alle Verpackungsarten und -materialien (Kunststoff, Metall, Glas und Papier) bewertet, wobei der Anteil recyclingfähiger Materialien am Gesamtgewicht des Portfolios ermittelt wird. Eine Extrapolation für fehlende Stammdaten wurde für diese Kennzahl nicht vorgenommen.
Änderungen zum Vorjahr	Wir arbeiten mit externen Expert*innen an der Weiterentwicklung unserer Verpackungen. Recycling-Infrastrukturen und -Kriterien, insbesondere für flexible und kleinformige Verpackungen, befinden sich noch im Aufbau. Deshalb können wir derzeit keine hundertprozentige (globale) Recyclingfähigkeit erreichen. Aus diesem Grund haben wir unsere Ausrichtung geändert: Zukünftig wollen wir uns lediglich auf „Design for Recycling“ fokussieren. Nach dieser Kennzahl muss eine Verpackung von Beginn an mindestens in einem Land recyclingfähig sein. Im Einklang mit unseren Klimazielen setzen wir uns das Ziel, bis 2030 bei mehr als 90 % unserer Kunststoffverpackungen „Design for Recycling“ zu erreichen.

tesa

Die nachfolgenden Ziele des Unternehmensbereichs tesa im Bereich Kreislaufwirtschaft beziehen sich jeweils auf einen Zeithorizont bis 2030 und sollen zur Umsetzung der „tesa Environmental & Energy Policy“ beitragen. Beide umfassen weltweit eingekaufte Materialien und Verpackungen für unsere selbst hergestellten Produkte (Ausnahme: Klebmassen beim Ziel für weniger nicht-recyceltes fossiles Plastik). Wir haben die Ziele jeweils auf Grundlage unserer erfassten Kennzahlen zu Ressourcenzuflüssen und -abflüssen entwickelt. Die Zielsetzungen basieren derzeit nicht auf wissenschaftlichen Erkenntnissen. Bei der Festlegung der Ziele wurden interne Funktionen, z. B. Verpackungsexpert*innen, und die Geschäftsleitung einbezogen, jedoch keine externen Stakeholder*innen. Im Vergleich zum Vorjahr gab es 2025 keine Änderungen der Zielsetzungen. Die Kennzahlen zur Fortschrittmessung werden einmal im Quartal an das Senior Management und die Geschäftsleitung kommuniziert.

Vermehrte Verwendung recycelter und biobasierter Materialien

Ziel	70 % der Materialien für unsere Produkte und Verpackungen sollen bis 2030 aus recycelten oder biobasierten Materialien bestehen. Das Ziel bezieht sich auf die Abfallhierarchie-Ebene Recycling.
Basisjahr/-wert	n/a
Fortschritt	32 % der Materialien waren im Jahr 2025 recycelt oder biobasiert.
Methoden und Annahmen	Die Daten zu Ressourcenzuflüssen und -abflüssen ermitteln wir über direkte Messungen auf Basis von Einkaufs- und Verbrauchsmengen. Die Klassifizierung der biobasierten und Sekundärmaterialien erfolgt durch Expert*innen.
Änderungen zum Vorjahr	Für das Berichtsjahr konnten wir auf eine größere Menge von Primärdaten zugreifen.

Weniger nicht-recyceltes fossiles Plastik

Ziel	Bis 2030 wollen wir den Einsatz von nicht-recyceltem fossilem Plastik um 50 % reduzieren. Das Ziel bezieht sich auf die Abfallhierarchie-Ebene.
Basisjahr/-wert	2018, 29.480 Tonnen
Fortschritt	13 % weniger nicht-recyceltes fossiles Plastik im Jahr 2025
Methoden und Annahmen	Die Daten zu Ressourcenzuflüssen und -abflüssen ermitteln wir über direkte Messungen auf Basis von Einkaufs- und Verbrauchsmengen. Die Klassifizierung der Materialien erfolgt durch Expert*innen.
Änderungen zum Vorjahr	Für das Berichtsjahr konnten wir auf eine größere Menge von Primärdaten zugreifen. Basisjahr wurde von 2019 auf 2018 geändert.

Kennzahlen im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft

Da sich die als wesentlich identifizierte negative Auswirkung zum Thema Abfall auf die nachgelagerte Wertschöpfungskette und nicht auf unseren eigenen Betrieb konzentriert, werden dazu keine Kennzahlen berichtet.

Ressourcenzuflüsse und -abflüsse

	Metrik	Einheit	Consumer	tesa	Konzern
Ressourcenzuflüsse					
Rohstoffe					
Gesamtrohstoffverbrauch	Gesamtgewicht eingesetzter Rohstoffe in unseren Produkten	kt	907	88	996
Anteil am Gesamtrohstoffverbrauch biologischen Ursprungs, nachhaltig zertifiziert	Anteil eingesetzter Rohstoffe biologischen Ursprungs, die nachhaltig zertifiziert sind	%	5	12	5
Verpackungsmaterialien					
Gesamtverbrauch an Verpackungsmaterialien	Gesamtgewicht eingesetzter Verpackungsmaterialien in unseren Produkten	kt	170	11	180
Anteil von Verpackungsmaterialien biologischen Ursprungs an gesamten Verpackungsmaterialien, die nachhaltig beschafft wurden	Anteil biologischer Verpackungsmaterialien, die nachhaltig zertifiziert sind	%	9	43	11
Gewicht sekundärer Komponenten	Gesamtgewicht Rezyklat in unseren Verpackungsmaterialien	kt	50	7	57
Anteil sekundärer Komponenten am Gesamtverbrauch an Verpackungsmaterialien	Anteil Rezyklat in unseren Verpackungsmaterialien	%	30	68	32
Gesamtgewicht verwendeter Produkte, technischer und biologischer Materialien					
Gesamtgewicht verwendeter Produkte, technischer und biologischer Materialien	Summe Gesamtrohstoffverbrauch & Verpackungsmaterialien	kt	1.077	99	1.176
Anteil biologischer Materialien, die nachhaltig beschafft wurden	Anteil von Materialien biologischen Ursprungs, die nachhaltig zertifiziert sind	%	5	15	6
Gesamtgewicht wiederverwendeter und recycelter sekundärer Komponenten	Gesamtgewicht recycelter Materialien	kt	50	9	59
Anteil wiederverwendeter und recycelter sekundärer Komponenten	Anteil recycelter Materialien	%	5	9	5
Ressourcenabflüsse					
Global recyclingfähige Verpackungen	Anteil recyclingfähiger Verpackungen	%	78	n/a	n/a

Methoden und signifikante Annahmen

Consumer

Unsere Verpackungen bestehen zu einem großen Teil aus Kunststoffen, da sie so die Anforderungen an geringes Gewicht und hohe Stabilität bei gleichzeitiger Flexibilität optimal erfüllen. Weitere wichtige Rohstoffe für die Verpackungen unserer Produkte sind Papier, Glas und Aluminium. Für die Herstellung unserer Produkte nutzen wir neben Wasser hauptsächlich Rohstoffe fossilen, biologischen oder mineralischen Ursprungs.

Die in Verkehr gebrachten Tonnagen der Rohstoffe und Verpackungsmaterialien berechnen wir automatisiert auf Basis der verkauften Stückzahlen pro Kalenderjahr. Die Berechnung erfolgt über die Stücklisten der Produkte, die Zusammensetzungen der Formulierungen, die enthaltenen Rohstoffe und Verpackungsmaterialien. Sollte in Einzelfällen die Datenlage unvollständig (fehlende Stammdaten) sein, werden Tonnagen auf Basis verfügbarer Daten extrapoliert. Die Kennzahlen umfassen in Abweichung zum unter ESRS 2 genannten Berichtsumfang auch das Coppertone Geschäft.

Als Materialien biologischen Ursprungs, die nachhaltig beschafft wurden, gelten Papierverpackungen mit FSC®-Zertifizierung und palm(kern)ölbasierte Rohstoffe mit RSPO®-Zertifizierung.

Die Produkte, die nach kreislaforientierten Grundsätzen konzipiert wurden – in unserem Fall Primärverpackungen – haben wir in vier Kategorien eingeordnet: Kunststoff, Papier, Glas und Aluminium. Die Sekundärmaterialien, die wir hauptsächlich in unseren Verpackungen einsetzen, erhalten wir von externen Partnern. Eine Doppelzählung in der Datenerhebung wird durch eine interne, eindeutige Kennzeichnung der Materialien vermieden.

Die Kennzahl „Global recyclingfähige Verpackungen“ ist an das Kreislaufwirtschaftsmodell der „Ellen MacArthur Foundation“ angelehnt. Seit 2022 wird die Recyclingfähigkeit digital für alle Verpackungsarten und -materialien (Kunststoff, Metall, Glas und Papier) bewertet, wobei der Anteil recyclingfähiger Materialien am Gesamtgewicht der Primärverpackungen des Portfolios ermittelt wird.

Die Anwendung des Kaskadenprinzips (die mehrfache Nutzung von Rohstoffen in verschiedenen Stufen) auf die berichtete Kennzahl „Gesamtrohstoffverbrauch biologischen Ursprungs, nachhaltig beschafft“ ist nicht sinnvoll. Dies liegt daran, dass Palmöl – einer unserer Hauptrohstoffe – nach seiner Verwendung in Kosmetikprodukten nicht stofflich weiterverwertet oder mehrfach genutzt werden kann.

tesa

Sowohl Herstellung als auch Verpackung der Produkte des Unternehmensbereichs tesa erfordern eine große Zahl unterschiedlicher Rohstoffe. In der Herstellung der Produkte kommen Rohstoffe fossilen und pflanzlichen Ursprungs zum Einsatz. Diese werden häufig für Kunststofffolien eingesetzt, die hohe technische Anforderungen als Träger oder Abdeckfolien von Klebebändern erfüllen müssen. Darüber hinaus basiert ein Teil der Klebstoffformulierungen, wie Acrylatklebstoffe, auf fossilen Rohstoffen. Für die Herstellung von Klebebändern werden auch biobasierte Rohstoffe wie Papier, Naturkautschuk und Klebharze eingesetzt.

Für die Verpackungen setzt tesa sowohl Kunststoffe als auch Papier und Kartonagen ein. Aktuell sind viele Kunststoffe noch nicht recycelten Ursprungs und die Verpackungen selbst teilweise noch nicht recycelbar. Zudem sind noch nicht alle Papiere und Kartonagen aus nachhaltig zertifizierten Quellen (wie z. B. aus FSC-zertifizierten Quellen) beschafft. Wie im Bereich der Produktherstellung arbeiten wir intensiv daran, dies zu verbessern.

Die Daten zu Ressourcenzuflüssen und -abflüssen ermitteln wir über direkte Messungen auf Basis von Einkaufs- und Verbrauchsmengen. Die Klassifizierung der biobasierten und Sekundärmaterialien erfolgt durch Expert*innen. Datenlücken wurden durch Hochrechnung anhand der Verkaufszahlen geschlossen. Für tesa kann noch keine Recyclingfähigkeit der Verpackungen bestimmt werden. Aufgrund der unterschiedlichen Anwendungen und Märkte der Produkte im Unternehmensbereich werden keine wirtschaftlichen oder technischen Kriterien des Kaskadenprinzips angewendet.

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. Es wird gemäß delegierter Verordnung EU 2026/73 berichtet, die am 8. Januar 2026 im EU-Amtsblatt veröffentlicht wurde und seit Ende Januar dieses Jahres in Kraft ist.

Vorgehen bei der Betroffenheitsanalyse¹²

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.

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.

¹² 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 Auslegungen bzgl. der enthaltenen Formulierungen und Begriffe. Daher kann es in Zukunft zu Anpassungen bei unserer Taxonomie-Betroffenheitsanalyse kommen.

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 einzelne Maßnahmen beziehen (Kategorie C).

Die berichteten Wirtschaftsaktivitäten beziehen sich ausschließlich auf das Umweltziel „Klimaschutz“, da diese einen positiven Beitrag zur Reduktion von CO₂e-Emissionen im Konzern leisten können und im Einklang mit der von Beiersdorf verfolgten Nachhaltigkeitsstrategie stehen. In diesem Zusammenhang erfolgt die Bewertung der taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten anhand der technischen Bewertungskriterien („Substantial Contribution und „Do no significant harm“) daher im Sinne von Anhang I der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2139. Eine Berichterstattung für Wirtschaftsaktivitäten, die auf das Umweltziel „Anpassung an den Klimawandel“ einzahlen, erfolgt ausschließlich für ausgewählte Investitionsprojekte, die einen Fokus auf Aspekte in Verbindung mit der Anpassung an den Klimawandel setzen.

Im Rahmen des Erhebungs- und Berichtsprozesses wird 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:

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.

Energie

- Die Aktivität 4.24, „Erzeugung von Wärme/Kälte aus Bioenergie“ wurde für Beiersdorf als relevant identifiziert, da Biomasse für die interne Wärmeversorgung genutzt wird.
- In diesem Bereich wurde ebenfalls die Aktivität 4.25, „Erzeugung von Wärme/Kälte aus Abwärme“ identifiziert. Bei Beiersdorf wird Abwärme für interne Heizprozesse genutzt.

Bau, Erweiterung und Betrieb von Systemen der Wassergewinnung, -behandlung und -versorgung

- Die Aktivität 5.1, „Bau, Erweiterung und Betrieb von Systemen der Wassergewinnung, -behandlung und -versorgung“ wurde für Beiersdorf als relevant identifiziert, da Umkehrosmoseanlagen in einigen Produktionsstätten dazu führen, dass Wasser für die Produktion wiederholt genutzt werden kann.

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“.

Baugewerbe und Immobilien

- Im Zusammenhang mit der Aktivität 7.2, „Renovierung bestehender Gebäude“, werden solche zusammengefasste Maßnahmenpakete berichtet, die inhaltlich den Aktivitäten 7.3, 7.5 sowie 7.6 zugeordnet werden. Dabei muss das Investitionsprojekt (Maßnahmenpaket) insgesamt 25 % des Gebäudewertes übersteigen.
- 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 Kühlungssystemen, 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.
- Unter die Aktivität 7.7, „Erwerb von und Eigentum an Gebäuden“, 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.

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.

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 2025 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 15 Mio. € und stellen damit 0,2 % des Konzernumsatzes von 9.852 Mio. € dar.

Taxonomiefähige Investitionsausgaben (CapEx)

Die Ermittlung der Bezugsgröße (Nenner) unserer taxonomiefähigen Aktivitäten erfolgt nach den Vorgaben der EU-Taxonomieverordnung. Für das Berichtsjahr 2025 beträgt die Bezugsgröße 521 Mio. € (Nenner). 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 2025 entfallen die Investitionsausgaben mit 119 Mio. € und einem Anteil von 22,8 % im Wesentlichen auf die Aktivität 7.7, „Erwerb von und Eigentum an Gebäuden“.

Insgesamt umfassen die taxonomiefähigen Investitionsausgaben 162 Mio. €. Das entspricht einem Anteil von 31,1 % im Verhältnis zu den gesamten Investitionsausgaben (Nenner) von 521 Mio. € für das Berichtsjahr 2025. Die Veränderung im Vergleich zum Vorjahr ist insbesondere auf den Abschluss von Projekten im Zusammenhang mit der Modernisierung und Erweiterung unserer (Produktions-)Standorte und damit einhergehenden Investitionsausgaben 2025 zurückzuführen (Aktivität 7.7).

Taxonomiefähige Betriebsausgaben (OpEx)

Die Datengrundlage für die Kalkulation der Bezugsgröße (Nenner) der taxonomiefähigen Betriebsausgaben wird für das Berichtsjahr 2025 mit Hilfe der Beiersdorf Finanz-Controlling-Systeme abgeleitet. Die Bezugsgröße ermittelt sich aus der Summe folgender Kostenbestandteile:

- Aufwendungen der Forschung und Entwicklung
- Aufwendungen im Zusammenhang mit kurzfristigen Leasingverhältnissen sowie mit Leasingverhältnissen über geringwertige Vermögenswerte
- Wartungs- und Reparaturaufwendungen

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 41 Mio. €. Im Vergleich zur Bezugsgröße der Betriebsausgaben in Höhe von 558 Mio. € entspricht dies einem Anteil von 7,3 %. Die Veränderung im Vergleich zum Vorjahr ist insbesondere auf Betriebsausgaben zurückzuführen, die für das Geschäftsjahr 2024 mit den Aktivitäten 6.5, 7.7 und 8.1 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 „[ESRS S2 – Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette](#)“ und „[ESRS G1 – Unternehmensführung](#)“). 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. Ähnlich dem konzernweiten Compliance Management System verfügt Beiersdorf auch über ein Compliance Management System für Steuern.

Im Rahmen unserer Analysen und durch Heranziehen der Wesentlichkeitsgrenze von 10 % konnte ein wesentlicher taxonomiekonformer Anteil für folgende Aktivität für CapEx identifiziert werden:

- Aktivität 7.7 Erwerb von und Eigentum an Gebäuden

Für die übrigen als taxonomiefähig identifizierten Aktivitäten, sowohl für Umsatzerlöse, CapEx als auch OpEx, ist eine Prüfung der Taxonomiekonformität aufgrund ihrer qualitativen und quantitativen Unwesentlichkeit nicht erfolgt. Die Sektorzuordnung ist im Abschnitt „[Identifizierte taxonomiefähige Wirtschaftsaktivitäten](#)“ dargestellt.

Alle taxonomiefähigen Aktivitäten, die nicht auf Taxonomiefähigkeit geprüft werden, betragen für Umsatzerlöse 0,2 %, für CapEx, ausgenommen der Aktivität 7.7, in Summe 8,3 % und für OpEx 7,3 %.

Die nachfolgende Tabelle zeigt jeweils die Höhe der taxonomiekonformen Investitionsausgabe gegliedert nach ihren Bestandteilen:

CapEx-Verteilung der taxonomiekonformen Aktivitäten

Wirtschaftstätigkeiten	Code	Immaterielle Vermögensgegenstände	Sachanlagen	Finanzanlagen	Summe
		TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	CCM 7.7	-	12.283	-	12.283
Taxonomiekonforme Aktivitäten		-	12.283	-	12.283

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.

Kennzahlen zur EU-Taxonomie

Aufschlüsselung der taxonomiekonformen Tätigkeiten
nach Umweltzielen

KPI	Insgesamt	Anteil taxonomiefähiger Tätigkeiten	Taxonomiekonforme Tätigkeiten	Anteil taxonomiekonformer Tätigkeiten	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt	Anteil der ermöglichenden Tätigkeiten	Anteil der Übergangstätigkeiten	Nicht bewertete nicht wesentliche Tätigkeiten	Taxonomiekonforme Tätigkeiten, Jahr 2025	Anteil taxonomiekonformer Tätigkeiten, Jahr 2025
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)
	TEUR	%	TEUR	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	TEUR	%
Umsatz	9.851.600	0,2 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	–	– %
CapEx	520.789	31,1 %	12.283	2,4 %	2,4 %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	8,3 %	25.408	5,0 %
OpEx	558.364	7,3 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	7,3 %	2.395	0,5 %

Kennzahlen Umsatz

Umweltziel der taxonomiekonformen Tätigkeiten

Wirtschaftstätigkeiten	Code	Anteil des taxonomiefähigen Umsatzes	Geldwert des taxonomiekonformen Umsatzes	Anteil des taxonomiekonformen Umsatzes	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biologische Vielfalt	Ermöglichte Tätigkeit	Übergangstätigkeit	Taxonomiekonformer Anteil der taxonomiefähigen Tätigkeiten
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
		%	TEUR	%	%	%	%	%	%	%	E	T	%
Herstellung von Batterien	CCM 3.4	0,2 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	E		– %
Summe der Konformität nach Ziel					– %	– %	– %	– %	– %	– %			
Gesamtwert Umsatz				– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %

Kennzahlen CapEx

Umweltziel der taxonomiekonformen Tätigkeiten

Wirtschaftstätigkeiten	Code	Anteil der taxonomiefähigen CapEx	Geldwert der taxonomiekonformen CapEx	Anteil der taxonomiekonformen CapEx	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser	Kreislaufwirtschaft	Umwelterschmutzung	Biologische Vielfalt	Ermöglichte Tätigkeit	Übergangstätigkeit	Taxonomiekonformer Anteil der taxonomie- fähigen Tätigkeiten
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
		%	TEUR	%	%	%	%	%	%	%	E	T	%
Erzeugung von Wärme/Kälte aus Bioenergie	CCM 4.24	– %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %			– %
Erzeugung von Wärme/Kälte aus Abwärme	CCM 4.25	– %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %			– %
Bau, Erweiterung und Betrieb von Systemen der Wassergewinnung, -behandlung und -versorgung	CCM 5.1	0,8 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %			– %
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	CCM 6.5	3,2 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %		T	– %
Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten	CCM 7.3	0,5 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	E		– %
Installation, Wartung und Reparatur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehörenden Parkplätzen)	CCM 7.4	– %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	E		– %
Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	CCM 7.5	0,3 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	E		– %
Installation, Wartung und Reparatur von Technologien für erneuerbare Energien	CCM 7.6	2,3 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	E		– %
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	CCM 7.7	22,8 %	12.283	2,4 %	2,4 %	– %	– %	– %	– %	– %			10,3 %
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	CCM 8.1	1,2 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %		T	– %
Summe der Konformität nach Ziel					2,4 %	– %	– %	– %	– %	– %			
Gesamtwert CapEx				2,4 %	2,4 %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	10,3 %

Kennzahlen OpEx

Umweltziel der taxonomiekonformen Tätigkeiten

Wirtschaftstätigkeiten	Code	Anteil der taxonomiefähigen OpEx	Geldwert der taxonomiekonformen OpEx	Anteil der taxonomiekonformen OpEx	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser	Kreislaufwirtschaft	Umwelterschmutzung	Biologische Vielfalt	Ermöglichte Tätigkeit	Übergangstätigkeit	Taxonomiekonformer Anteil der taxonomiefähigen Tätigkeiten
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
		%	TEUR	%	%	%	%	%	%	%	E	T	%
Herstellung von Batterien	CCM 3.4	0,4 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	E		– %
Erzeugung von Wärme/Kälte aus Bioenergie	CCM 4.24	– %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %			– %
Erzeugung von Wärme/Kälte aus Abwärme	CCM 4.25	0,2 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %			– %
Bau, Erweiterung und Betrieb von Systemen der Wassergewinnung, -behandlung und -versorgung	CCM 5.1	0 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %			– %
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	CCM 6.5	1,1 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %		T	– %
Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten	CCM 7.3	0,2 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	E		– %
Installation, Wartung und Reparatur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehörenden Parkplätzen)	CCM 7.4	0 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	E		– %
Installation, Wartung und Reparatur von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden	CCM 7.5	0,1 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	E		– %
Installation, Wartung und Reparatur von Technologien für erneuerbare Energien	CCM 7.6	0,7 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	E		– %
Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	CCM 7.7	2,4 %	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %			– %
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	CCM 8.1	–	–	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %		T	– %
Summe der Konformität nach Ziel					– %	– %	– %	– %	– %	– %			
Gesamtwert OpEx				– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %	– %

Tätigkeiten in den Bereichen Kernenergie und fossiles Gas

Tätigkeiten im Bereich Kernenergie

Das Unternehmen ist im Bereich Erforschung, Entwicklung, Demonstration und Einsatz innovativer Stromerzeugungsanlagen, die bei minimalem Abfall aus dem Brennstoffkreislauf Energie aus Nuklearprozessen erzeugen, tätig, finanziert solche Tätigkeiten oder hält Risikopositionen im Zusammenhang mit diesen Tätigkeiten.	nein
Das Unternehmen ist im Bau und sicheren Betrieb neuer kerntechnischer Anlagen zur Erzeugung von Strom oder Prozesswärme – auch für die Fernwärmeversorgung oder industrielle Prozesse wie die Wasserstoffherzeugung – sowie bei deren sicherheitstechnischer Verbesserung mithilfe der besten verfügbaren Technologien tätig, finanziert solche Tätigkeiten oder hält Risikopositionen im Zusammenhang mit diesen Tätigkeiten.	nein
Das Unternehmen ist im sicheren Betrieb bestehender kerntechnischer Anlagen zur Erzeugung von Strom oder Prozesswärme – auch für die Fernwärmeversorgung oder industrielle Prozesse wie die Wasserstoffherzeugung – sowie bei deren sicherheitstechnischer Verbesserung tätig, finanziert solche Tätigkeiten oder hält Risikopositionen im Zusammenhang mit diesen Tätigkeiten.	nein

Tätigkeiten im Bereich fossiles Gas

Das Unternehmen ist im Bau oder Betrieb von Anlagen zur Erzeugung von Strom aus fossilen gasförmigen Brennstoffen tätig, finanziert solche Tätigkeiten oder hält Risikopositionen im Zusammenhang mit diesen Tätigkeiten.	nein
Das Unternehmen ist im Bau, in der Modernisierung und im Betrieb von Anlagen für die Kraft-Wärme/Kälte-Kopplung mit fossilen gasförmigen Brennstoffen tätig, finanziert solche Tätigkeiten oder hält Risikopositionen im Zusammenhang mit diesen Tätigkeiten.	nein
Das Unternehmen ist im Bau, in der Modernisierung und im Betrieb von Anlagen für die Wärmegewinnung, die Wärme/Kälte aus fossilen gasförmigen Brennstoffen erzeugen, tätig, finanziert solche Tätigkeiten oder hält Risikopositionen im Zusammenhang mit diesen Tätigkeiten.	nein

Sozialinformationen

ESRS S1 - Arbeitskräfte des Unternehmens

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Im Rahmen unserer [Wesentlichkeitsanalyse](#) haben wir folgende wesentliche positive und negative Auswirkungen auf unsere eigenen Arbeitskräfte ermittelt. Wesentliche Risiken und Chancen in Bezug auf die eigene Belegschaft wurden nicht identifiziert.

IRO	Beschreibung	Wertschöpfungs-kette	Zeit-horizont
	Arbeitsbedingungen (Arbeitszeit, Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben)		
–	Ohne geeignete Schutzmaßnahmen können potenziell nachteilige Arbeitsbedingungen entstehen (z. B. lange Arbeitszeiten oder eine unausgewogene Work-Life-Balance), die die körperliche und psychische Gesundheit der Mitarbeitenden beeinträchtigen.	Eigener Betrieb	
	Arbeitsbedingungen (Gesundheitsschutz und Sicherheit)		
–	Die Arbeitnehmenden in den Produktionsstätten gehen mit gefährlichen Materialien oder Maschinen um, die ihre allgemeine Gesundheit und Sicherheit gefährden könnten.	Eigener Betrieb	
	Gleichbehandlung und Chancengleichheit (Gleichstellung der Geschlechter und gleicher Lohn für gleiche Arbeit)		
+	Mit der Unterzeichnung der „Gender Parity Ambition“ trägt der Unternehmensbereich Consumer aktiv zur Gleichstellung der Geschlechter bei, indem er sich verpflichtet, bis 2025 eine 50:50-Geschlechterverteilung auf allen Führungsebenen zu erreichen.	Eigener Betrieb (Consumer)	
	Gleichbehandlung und Chancengleichheit (Diversität)		
+	Durch die Verankerung von Vielfalt und Inklusion in der „Global DE&I Roadmap“ stärkt der Unternehmensbereich Consumer gezielt Diversität, indem diese Grundsätze strategisch in Kultur und Prozesse eingebunden werden.	Eigener Betrieb (Consumer)	
	Gleichbehandlung und Chancengleichheit (Schulungen und Kompetenzentwicklung)		
+	Programme zur Schulung und Weiterbildung erlauben Mitarbeitenden, ihre Kompetenzen fortlaufend weiterzuentwickeln. Regelmäßige, konstruktive Leistungsbeurteilungen unterstützen diese Programme. Dieses Vorgehen soll die Entwicklung der Mitarbeitenden bestmöglich fördern und die Effektivität der Programme sicherstellen.	Eigener Betrieb	

Positive Auswirkung
 Negative Auswirkung
 Risiko
 Chance

Kurzfristig
 Mittelfristig
 Langfristig

Die wesentlichen Auswirkungen beziehen sich auf die eigenen Beschäftigten von Beiersdorf und nicht auf Selbstständige oder Angestellte von Drittunternehmen. In Hinblick auf die negativen Auswirkungen im Bereich Arbeitssicherheit gelten insbesondere die Mitarbeitenden, die in Produktionsstätten arbeiten, als besonders gefährdet. Hierbei handelt es sich um individuelle Vorfälle, die mit einzelnen Ereignissen, wie z. B. Arbeitsunfällen, zusammenhängen. Die Tätigkeiten des Unternehmens, die zu positiven Auswirkungen führen, werden im folgenden Kapitel (siehe „[Maßnahmen](#)“) beschrieben.

Richtlinien im Zusammenhang mit den Arbeitskräften des Unternehmens

Beiersdorf hat verschiedene Richtlinien eingeführt, um wesentliche positive Auswirkungen zu verstärken und negative Auswirkungen in Bezug auf die Arbeitskräfte des Unternehmens zu minimieren.

Consumer

Unsere Mitarbeitenden sind mit ihren vielfältigen Perspektiven, Erfahrungen und Kompetenzen zentraler Treiber für Innovation und Wandel – und damit den internationalen Geschäftserfolg der Marken und Produkte von Beiersdorf. Wir fördern eine Arbeitsumgebung, die individuelle Entwicklung, kreatives Denken und eigenverantwortliches Handeln ermöglicht. Grundlage dafür sind moderne Rahmenbedingungen, gezielte Förderung sowie unsere Unternehmenskultur, in der wir mit Vertrauen, Offenheit und gegenseitiger Wertschätzung das „Wir“ in den Mittelpunkt stellen. Unsere Core Values Care, Simplicity, Courage und Trust bilden dabei das Fundament unserer Zusammenarbeit. Unsere Richtlinien sollen dabei helfen, diese Grundsätze in die Realität umzusetzen.

Code of Conduct für Mitarbeitende

Themenbezogener Inhalt	Unser „Code of Conduct für Mitarbeitende“ (CoC) soll allen Mitarbeitenden einen Leitfaden bieten, unsere Grundsätze zu verstehen und danach zu handeln. Der CoC adressiert u. a. die wesentlichen Themen Diversität, Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit. Er legt fest, dass jegliche Form von Diskriminierung oder Belästigung in allen Unternehmensbereichen und bei sämtlichen Entscheidungen strikt abgelehnt wird. Dabei deckt der „Code of Conduct für Mitarbeitende“ vor allem die folgenden Diskriminierungsgründe ab: Hautfarbe, Geschlecht und Geschlechtsidentität, Alter, Religion, Weltanschauung, sexuelle Orientierung, Behinderung sowie ethnische, soziale oder nationale Herkunft. Gleichzeitig bekennt sich der Unternehmensbereich Consumer im CoC dazu, alle geltenden Antidiskriminierungsgesetze zu achten.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung des „Code of Conduct für Mitarbeitende“ ist im Kapitel „ESRS G1 – Unternehmensführung“ zu finden.

Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte

Themenbezogener Inhalt	Mit unserer „Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte“ verpflichten wir uns ausdrücklich, die Menschenrechte zu stärken: Wir dulden weder Zwangsarbeit, Menschenhandel, Kinderarbeit, Diskriminierung noch Korruption. Dies gilt sowohl für unsere eigenen Standorte und Mitarbeitenden weltweit als auch für alle Arbeitskräfte entlang der Wertschöpfungskette. Zudem unterstützen wir die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden am Arbeitsplatz sowie ihr Recht auf Versammlungsfreiheit einschließlich Kollektivverhandlungen.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung der „Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte“ ist im Kapitel „ESRS S2 – Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette“ zu finden.

Diversity, Equity & Inclusion Roadmap

Inhalt	Als global agierendes Unternehmen verstehen wir Vielfalt (Diversität) in unserer Belegschaft als Chance. Mit unserer „Diversity, Equity & Inclusion Roadmap“ (DE&I Roadmap) verfolgen wir das Ziel, eine inklusive Unternehmenskultur zu schaffen, welche die Diversität unserer Kund*innen widerspiegelt und gleichzeitig die Innovationskraft unseres Unternehmens fördert. In unserer Roadmap sind drei strategische Prioritäten festgelegt, um dieses Ziel zu erreichen: • Verankerung einer integrativen „Wir-Kultur“ • Förderung der Vielfalt in Führungspositionen (Fokus: Geschlechterparität) • Vielfalt in unseren Teams über den Geschlechter-Fokus hinaus (#beyondgender) Die „DE&I Roadmap“ adressiert unsere wesentlichen Auswirkungen auf Chancengleichheit und Gleichbehandlung in Bezug auf unsere Arbeitskräfte.
Anwendungsbereich	Die „DE&I Roadmap“ gilt für alle Mitarbeitenden des Unternehmensbereichs Consumer; La Prairie mit eigener DE&I-Richtlinie.
Verantwortlichkeit	Verantwortlich für die Umsetzung der „DE&I Roadmap“ ist die Chief Human Resources Officer (CHRO), die gleichzeitig Arbeitsdirektorin für Deutschland und Mitglied des Vorstands ist. Die Umsetzung der Roadmap wird regelmäßig über definierte KPIs, Fortschrittsberichte und Mitarbeiterbefragungen überwacht, um Wirkung und Fortschritte sicherzustellen.
Standards/Initiativen Dritter	Die Richtlinie bezieht sich nicht auf Initiativen und Standards Dritter.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Die „DE&I Roadmap“ wurde in enger Zusammenarbeit mit internen Stakeholder*innen - dem Center of Excellence People & Culture, den HR Vice Presidents und dem Executive Board - entwickelt, um sie auf die konzernweiten Nachhaltigkeits- und Personalziele abzustimmen.
Verfügbarkeit	Die Roadmap ist in unserem Intranet verfügbar und allen Mitarbeitenden zugänglich.

Safety and Health Policy

Inhalt	Das Ziel unserer „Safety and Health Policy“ ist es, potenzielle Arbeitssicherheits- und Gesundheitsrisiken und Unfälle in unseren Produktionsbetrieben zu reduzieren. Sie umfasst unsere wichtigsten Maßnahmen und Programme und dient als Grundlage für unsere Standorte, um eigene lokale Umsetzungspläne und -maßnahmen zu entwickeln. Diese beinhalten unter anderem: • Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsysteme: Implementierung und kontinuierliche Verbesserung von Systemen zur Identifizierung, Bewertung und Kontrolle von Risiken. • Notfallvorsorge und -reaktion: Entwicklung und regelmäßige Überprüfung von Notfallplänen sowie Durchführung von entsprechenden Übungen. • Gesundheitsmanagement: Förderung der physischen und psychischen Gesundheit der Mitarbeitenden durch Präventionsmaßnahmen und Gesundheitsangebote. • Allgemeine Sicherheitsaspekte: Umsetzung von Maßnahmen zur Gewährleistung einer sicheren Arbeitsumgebung, einschließlich der Bereitstellung persönlicher Schutzausrüstung und der sicheren Handhabung von Maschinen und Anlagen.
Anwendungsbereich	Unsere „Safety and Health Policy“ gilt für alle Produktionsstandorte des Unternehmensbereichs Consumer weltweit.
Verantwortlichkeit	Unsere globalen und lokalen Sicherheitsabteilungen sind zusammen mit unseren Führungsteams für die Umsetzung der Richtlinie und unseres allgemeinen Sicherheitsmanagements am Arbeitsplatz verantwortlich. Senior Manager sind für die Implementierung eines Sicherheits- und Gesundheitsmanagementsystems verantwortlich, das für ihre Standorte relevant ist. Der „Global Safety Director“ ist übergreifend verantwortlich.
Standards/Initiativen Dritter	Die Richtlinie bezieht sich nicht auf Initiativen und Standards Dritter.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Bei der Formulierung der „Safety and Health Policy“ haben wir keine Stakeholder*innen einbezogen.
Verfügbarkeit	Die „Safety and Health Policy“ ist in unserem Intranet verfügbar und für alle Mitarbeitenden zugänglich.

Critical Illness Policy

Inhalt	In der Kultur des Unternehmensbereichs Consumer sind die Core Values Care und Trust fest verankert. Deshalb ist unser Ziel, unsere Mitarbeitenden in Fällen von lebensbedrohlichen Erkrankungen von der Diagnose bis zur Wiedereingliederung zu begleiten. Den Rahmen dafür bildet unsere globale „Critical Illness Policy“. Die Richtlinie ermöglicht es Betroffenen, sich auf ihre Genesung zu konzentrieren, ohne sich um Arbeitsplatz oder finanzielle Sicherheit sorgen zu müssen. Die Richtlinie soll die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben fördern, indem sie klare Strukturen für eine entlastende und flexible Begleitung im Krankheitsfall schafft.
Anwendungsbereich	Die „Critical Illness Policy“ gilt für alle Mitarbeitenden im Unternehmensbereich Consumer weltweit und setzt Mindeststandards, die in vielen Fällen über nationale gesetzliche Vorgaben hinausgehen.
Verantwortlichkeit	Die übergeordnete Verantwortung für die Steuerung und Weiterentwicklung der Policy liegt bei der CHRO, während die konkrete Implementierung und Anwendung dezentral durch die jeweiligen Landesgesellschaften und deren verantwortliche Führungskräfte unter Berücksichtigung lokaler gesetzlicher und organisatorischer Rahmenbedingungen erfolgt.
Standards/Initiativen Dritter	Bei der Entwicklung unserer „Critical Illness Policy“ haben wir u. a. fachliche Impulse von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) einbezogen.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Bei der Formulierung der Richtlinie wurden verschiedene interne Stakeholder*innen eingebunden, z. B. ein „Global Sounding Board“, das aus Vertreter*innen des Gesundheitsmanagements, Regional und HQ HR, Diversity & Inclusion, Compensation & Benefits sowie Legal besteht.
Verfügbarkeit	Die „Critical Illness Policy“ ist in unserem Intranet für alle Mitarbeitenden verfügbar.

Die wesentlichen Themen Schulungen und Kompetenzentwicklung, gleicher Lohn für gleiche Arbeit, Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben sowie Arbeitszeit werden durch arbeitsrechtliche Vereinbarungen entsprechend der nationalen Gesetzgebung und Arbeitsschutzrechten auf nationaler Ebene geregelt. Deshalb bestehen zu diesen Aspekten keine globalen Richtlinien.

tesa

Unsere Mitarbeitenden leisten einen entscheidenden Beitrag zum Unternehmenserfolg von tesa: Durch ihr Engagement und ihre Fähigkeiten stärken sie unsere Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit. Unser Ziel ist es, engagierte Mitarbeitende zu gewinnen, langfristig zu binden und nachhaltigen Erfolg zu sichern. Wir fördern Talente durch gezielte Weiterbildungsmaßnahmen und bieten ihnen ein attraktives Arbeitsumfeld, das individuelle Stärken und Vielfalt wertschätzt. Unsere Werte – Team up,

Challenge Yourself, Set the Pace, Focus on your Customers, Act responsibly, Achieve and Improve – prägen dabei unser tägliches Handeln und unsere Unternehmenskultur.

tesa Code of Conduct

Themenbezogener Inhalt	Der „tesa Code of Conduct“ (CoC) enthält wichtige Regeln für verantwortungsvolles Handeln und bietet allen Mitarbeitenden Orientierung bei rechtlichen und ethischen Herausforderungen. Er legt klar fest, dass jegliche Form von Zwangsarbeit strikt abgelehnt wird. Ebenso wird Kinderarbeit nicht toleriert, und es dürfen keine Jugendlichen unter dem jeweiligen gesetzlichen Mindestalter beschäftigt werden. tesa verpflichtet sich zur Gleichbehandlung und stellt sich in allen Unternehmensbereichen und bei allen Entscheidungen ausdrücklich gegen jede Art von Diskriminierung. Niemand darf wegen ethnischer oder sozialer Herkunft, Hautfarbe, Nationalität, Geschlecht und Geschlechteridentität, Glauben, Weltanschauung oder politischer Einstellung, körperlicher Konstitution, sexueller Orientierung, Alter, Aussehen oder sonstiger persönlicher Eigenschaften diskriminiert, das heißt ohne sachlichen Grund benachteiligt, werden. Der tesa CoC adressiert alle wesentlichen Auswirkungen in Bezug auf unsere Mitarbeitenden.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung des „tesa Code of Conduct“ ist im Kapitel „ESRS G1 – Unternehmensführung“ zu finden.

Grundsaterklärung zur Achtung der Menschenrechte

Themenbezogener Inhalt	Als verantwortungsvolles Unternehmen lehnt tesa jede Form von Menschenrechtsverletzungen ab und ahndet etwaige Verstöße umgehend. Mit unserer „Grundsaterklärung zur Achtung der Menschenrechte“ bekräftigen wir diese Werte. Es werden damit alle wesentlichen Auswirkungen bis auf die positive Auswirkung im Bereich Gleichbehandlung und Chancengleichheit (Diversität) unserer Mitarbeitenden adressiert.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung der „Grundsaterklärung zur Achtung der Menschenrechte“ ist im Kapitel „ESRS S2 – Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette“ zu finden.

HR Compliance Guideline

Inhalt	Die „HR Compliance Guideline“ bildet den Rahmen dafür, dass unser Unternehmen in Übereinstimmung mit ethischen, rechtlichen und sozialen Standards stets integer und professionell agiert. Die Richtlinie ergänzt den tesa CoC, der die grundlegenden Prinzipien für unser Verhalten und Handeln festlegt. Die „HR Compliance Guideline“ umfasst zentrale Themenbereiche wie Antidiskriminierung und Belästigung, Arbeitsrecht, Rekrutierung, Vergütung sowie den Umgang mit personenbezogenen Daten. Darüber hinaus definiert sie die Verfahren zur Meldung und Ahndung von Verstößen gegen diese Standards. Ein wesentlicher Bestandteil ist die fortlaufende Überwachung und Risikobewertung, um die Einhaltung der Compliance-Vorgaben zu gewährleisten. Die „HR Compliance Guideline“ adressiert damit die wesentlichen Themen Schulungen und Kompetenzentwicklung, gleicher Lohn für gleiche Arbeit und Gleichstellung der Geschlechter.
Anwendungsbereich	Die „HR Compliance Guideline“ gilt für alle Mitarbeitenden des Unternehmensbereichs tesa weltweit.
Verantwortlichkeit	Die Wirksamkeit und Umsetzung der „HR Compliance Guideline“ wird kontinuierlich überprüft, indem die lokalen und regionalen HR-Abteilungen ein fortlaufendes Monitoring durchführen. Ergänzend erfolgen alle drei Jahre Risikobewertungen durch das Headquarter in den Regionen, um potenzielle Verstöße zu erkennen. Abschließend werden in der „HR Compliance Guideline“ die Zuständigkeiten innerhalb von tesa klar festgelegt. Verantwortlich für die Umsetzung der Richtlinie ist der Head of People and Culture.
Standards/Initiativen Dritter	Die Richtlinie verweist auf die Einhaltung internationaler und nationaler Gesetzgebungen, insbesondere in den Bereichen Antidiskriminierung, Arbeitsrecht und Datenschutz (z. B. die DSGVO (EU), PDPA (Singapur) und LGPD (Brasilien)), bezieht sich jedoch nicht auf eine Initiative Dritter.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Die Interessen der internen und externen Stakeholder*innen wurden systematisch erfasst. Das Feedback, insbesondere aus HR, Legal, Compliance sowie von Mitbestimmungsgremien, wurde in die Guideline integriert und dokumentiert.
Verfügbarkeit	Die „HR Compliance Guideline“ ist über unser Intranet für alle Mitarbeitenden zugänglich.

tesa Policy on Occupational Safety and Health

Inhalt	Unsere im Jahr 2022 verabschiedete „tesa Policy on Occupational Safety and Health“ bildet das Fundament für unser Arbeitsschutz- und Gesundheitsmanagement. Sichere Arbeitsbedingungen erachten wir als einen integralen Bestandteil unserer Unternehmenskultur und berücksichtigen dabei geltende gesetzliche Anforderungen. Die „tesa Policy on Occupational Safety and Health“ umfasst sechs zentrale Bereiche: • Krisenmanagement • Gesundheitsversorgung • Risikobewertung • Unfallverhütung • Brand- und Explosionsschutz • Anlagensicherheit Die Richtlinie adressiert das wesentliche Thema Gesundheitsschutz und Sicherheit und soll sicherstellen, dass alle Mitarbeitenden über ihre Verantwortung am Arbeitsplatz informiert sind. Wichtige Bestandteile unseres Arbeitsschutzes sind kontinuierliche Schulung und Informationsvermittlung. Regelmäßige Unterweisungen sollen für potenzielle Gefahren sensibilisieren und unsere Mitarbeitenden dazu befähigen, durch verantwortungsbewusstes Handeln Unfälle zu vermeiden und ihre Gesundheit zu schützen. Um die Wirksamkeit unseres Arbeitsschutzmanagements kontinuierlich zu verbessern, führen wir jährlich einen Management Review durch. Dabei werden gemeinsam mit der Abteilung Arbeitssicherheit Vorfälle analysiert und entsprechende Maßnahmen zur Verbesserung der Sicherheit und des Gesundheitsschutzes eingeleitet.
Anwendungsbereich	Die „tesa Policy on Occupational Safety and Health“ gilt für alle Standorte und alle Mitarbeitenden des Unternehmensbereichs tesa weltweit.
Verantwortlichkeit	Für die Umsetzung der Richtlinie ist die oberste Führungsebene verantwortlich. Die Verantwortung liegt beim Vorstand der tesa SE sowie bei den jeweiligen Führungskräften der Standorte.
Standards/Initiativen Dritter	Die „tesa Policy on Occupational Safety and Health“ berücksichtigt keine Initiativen oder Standards Dritter.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Bei der Entwicklung der Richtlinie wurden relevante interne Stakeholder*innen, insbesondere aus der Arbeitssicherheitsabteilung und die Führungskräfte der Standorte einbezogen.
Verfügbarkeit	Die Richtlinie ist für alle Mitarbeitenden über unser Intranet zugänglich.

Derzeit bestehen auf globaler Ebene noch keine Richtlinien zu weiteren relevanten Themen wie Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben. Nichtsdestotrotz berücksichtigt tesa bereits die Anforderungen geltender nationaler Gesetze in Hinblick auf Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben. Wir arbeiten aktiv daran, bestehende Lücken im Rahmen eines globalen Programms zur „Global Social Sustainability“ zu schließen und streben künftig eine umfassende Berichterstattung an.

Verfahren zur Einbeziehung der Arbeitskräfte des Unternehmens und von Arbeitnehmervertreter*innen

Consumer

Partizipation, Transparenz und Dialog auf Augenhöhe sind zentrale Erfolgsfaktoren unserer „Wir-Kultur“. Um den offenen Austausch im Unternehmen zu fördern, beziehen wir unsere Mitarbeitenden über verschiedene Formate aktiv ein. Im Berichtsjahr 2025 fanden zwei global übertragene Townhall-Meetings sowie drei „Get in Dialogue“-Sessions statt, in denen Mitarbeitende direkt mit Vorstandsmitgliedern ins Gespräch kommen und Fragen zu aktuellen Themen stellen konnten. Darüber hinaus wurden zahlreiche funktionale und lokale Townhall-Meetings sowie für die Beiersdorf AG Hamburg (Consumer) insgesamt drei Betriebsversammlungen durchgeführt. Diese Formate schaffen Raum für Dialog und ermöglichen es unseren Mitarbeitenden, ihre Perspektiven einzubringen und den direkten Austausch mit der Unternehmensleitung zu suchen.

Zudem nutzen wir die internen Interview-Formate „Your Voice, Your View“ und „My CARE Routine“, wovon letzteres 2025 eingeführt wurde. Mindestens einmal pro Quartal werden ausgewählte Themen aufgegriffen, zu denen die Mitarbeitenden ihre Ansichten und Erfahrungen im Intranet einbringen können. Mit diesen Formaten möchten wir dazu beitragen, unterschiedliche Sichtweisen im Unternehmen sichtbarer zu machen und den offenen Austausch weiter zu stärken.

Mit unseren Employee Resource Groups (ERGs) wie „SisterhoodisPower“, „BeYou“, „Ability“, „NeueGeneration 50+“ und „WEnited“ wollen wir Räume für Austausch, Zugehörigkeit und persönliches Wachstum schaffen. Zudem möchten wir Offenheit und Vielfalt in unserer Unternehmenskultur weiter stärken.

Ein weiterer zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur ist die Einbindung von Arbeitnehmer*innenvertretungen in unseren europäischen Gesellschaften. Sie ermöglicht eine konstruktive und vertrauensvolle Zusammenarbeit, durch die die Perspektiven der Belegschaft in Entscheidungsprozesse und operative Tätigkeiten einfließen. Gleichzeitig achten Arbeitnehmer*innenvertretungen darauf, dass in allen Ländern die jeweiligen arbeitsrechtlichen und arbeitsschutzrechtlichen Vorgaben eingehalten werden. Auf diese Weise können Entscheidungen in Bezug auf tatsächliche oder potenzielle Auswirkungen gemeinsam getroffen und umgesetzt werden. Globale Rahmenvereinbarungen mit Arbeitnehmer*innenvertretungen bestehen derzeit nicht. In unseren europäischen Gesellschaften sowie in weiteren relevanten Märkten arbeiten wir auf Basis lokaler Vereinbarungen, wie Betriebsvereinbarungen und tariflichen Regelungen zusammen.

Neben der vielfältigen Zusammenarbeit mit Arbeitnehmer*innenvertretungen ist es uns wichtig, das individuelle Feedback jedes einzelnen Mitarbeitenden zu erhalten. Die Wirksamkeit der Zusammenarbeit mit unserer Belegschaft bewerten wir regelmäßig über unsere globale Engagement-Umfrage „teampulse“ sowie über kontinuierliche Feedbackformate. Die Umfrage gibt uns Aufschluss darüber, ob Mitarbeitende sich in Unternehmensentscheidungen repräsentiert sehen und wie effektiv unsere Dialogformate sind. Im vierten Quartal des Berichtsjahres haben wir unsere jährliche Engagement-Umfrage „teampulse“ zum fünften Mal weltweit durchgeführt. Um die Sichtweisen von Menschen in der Belegschaft zu gewinnen, die besonders anfällig für negative Auswirkungen auf ihr Wohlbefinden und/oder marginalisiert sein könnten, haben wir ebenfalls Fragen zu Diversität und Inklusion in diese Engagement-Umfrage integriert.

Die Verantwortung für die Einbeziehung der Sichtweisen unserer eigenen Belegschaft liegt bei unserer CHRO.

tesa

Die Unternehmenskultur bei tesa gründet auf Mitbestimmung, Offenheit und einem gleichwertigen Dialog. Ein zentrales Element ist dabei die aktive Mitbestimmung unserer Mitarbeitenden, die durch die Arbeit des Betriebsrats sichergestellt werden soll. Der Betriebsrat spielt eine essenzielle Rolle dabei, die Interessen der Beschäftigten zu vertreten und ihnen eine direkte Einflussnahme auf wesentliche unternehmerische Entscheidungen zu ermöglichen. So möchten wir erreichen, dass die Stimmen und Anliegen unserer Belegschaft fest in unseren Entscheidungsprozessen verankert sind. Die operative Verantwortung für die Einbeziehung der eigenen Arbeitskräfte und die Berücksichtigung der Ergebnisse in Richtlinien, liegt bei den Vorsitzenden der jeweiligen Arbeitnehmer*innenvertretungen.

Wir fördern zudem den kontinuierlichen Austausch mit allen Mitarbeitenden durch globale und lokale Townhall-Veranstaltungen sowie regelmäßige Betriebsversammlungen. Im Jahr 2025 wurden vier globale Townhall-Meetings und zwei Betriebsversammlungen durchgeführt. Über das Intranet und per E-Mail werden unsere Mitarbeitenden weltweit kontinuierlich informiert. Dieser Austausch soll das Gemeinschaftsgefühl stärken und unseren People Value Team up widerspiegeln.

Die Sichtweisen der eigenen Belegschaft werden ebenfalls über die Arbeitnehmer*innenvertretungen im Aufsichtsrat von tesa reflektiert. Der Aufsichtsrat der tesa SE besteht aus fünf Mitgliedern, die auf der jährlichen Hauptversammlung von allen anwesenden und vertretenen Anteilseigner*innen für einen Zeitraum von jeweils fünf Jahren gewählt werden. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats wird von den Aufsichtsratsmitgliedern bestimmt. Aufgabe unseres Aufsichtsrats ist es, den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens zu beraten und seine Tätigkeit nach Maßgabe des Gesetzes, der Satzung und der Geschäftsordnung zu überwachen. Seine Mitglieder sind an Entscheidungen beteiligt, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung sind. Der Aufsichtsrat arbeitet im besten Unternehmensinteresse eng mit dem Vorstand zusammen. Zwei der fünf Mitglieder des Aufsichtsrates vertreten die Arbeitnehmer*innen.

Auf globaler Ebene legen wir großen Wert darauf, ein sicheres und diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld für alle Mitarbeitenden zu schaffen. Wir setzen auf eine konsequente Einhaltung von arbeitsrechtlichen und arbeitsschutzrechtlichen Bestimmungen. Innerhalb der EU wird unsere Belegschaft durch den Europäischen Betriebsrat (EBR) vertreten. In Deutschland umfasst dies die Gesellschaften tesa SE, tesa Werk Hamburg GmbH, tesa Werk Offenburg GmbH und tesa Manufacturing GmbH. Der EBR vertritt darüber hinaus Mitarbeitende aus verschiedenen europäischen Ländern, darunter Frankreich, Italien (inklusive des Werks Comet SpA), die Niederlande, das Vereinigte Königreich, Österreich, die Schweiz, Finnland, Norwegen, Schweden, Belgien, Spanien, Portugal, Tschechien, die Slowakei, Polen, Litauen, Estland, Lettland, Ungarn, Rumänien, Griechenland, Kroatien, Slowenien und Bulgarien. Zusätzlich besteht in Deutschland ein Konzernbetriebsrat (KBR), in den jede Gesellschaft zwei Vertreter*innen des jeweiligen örtlichen Betriebsrates entsendet. Der KBR von tesa setzt sich aus folgenden Gesellschaften zusammen: tesa SE, tesa Werk Hamburg GmbH, tesa Werk Offenburg GmbH und tesa Manufacturing GmbH. Darüber hinaus entsenden die genannten Gesellschaften auch jeweils zwei Vertreter*innen in den Konzernbetriebsrat der Beiersdorf AG.

Der Head of People & Culture und Mitglied des Global Executive Committees (GEC) trägt die operative Verantwortung dafür, die Sichtweisen unserer Belegschaft in Unternehmensentscheidungen einzubinden. Im Rahmen der bis Ende 2025 geltenden „HR-Roadmap“ sorgte er dafür, dass die Perspektiven der Mitarbeitenden in die strategische Ausrichtung von tesa einfließen. Der Austausch mit Arbeitnehmer*innenvertretungen und dem Management unterstützt hier eine ausgewogene und nachhaltige Entscheidungsfindung.

Derzeit besteht keine globale Rahmenvereinbarung mit den Arbeitnehmer*innenvertretungen zur Achtung der Menschenrechte unserer Belegschaft. Der tesa CoC sowie die „Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte“ sollen als verbindliche Richtlinien für alle Führungskräfte und Mitarbeitenden die Einhaltung der Menschenrechte bereits sicherstellen.

Kanäle, über die die Arbeitskräfte des Unternehmens Bedenken äußern können

Beide Unternehmensbereiche haben Hinweisgeber- und Meldesysteme etabliert. Für den Unternehmensbereich Consumer besteht die Plattform „Speak up. We care.“. Der Unternehmensbereich tesa nutzt die Hinweisgeberplattform „Your voice – Our bond“. Darüber können jegliche Verhaltensverstöße, rechtswidrig oder im Widerspruch zu unternehmensinternen Richtlinien stehend, erfasst werden – auf Wunsch auch anonym.

Eine ausführliche Beschreibung der Hinweisgebersysteme ist im Kapitel [„ESRS G1 – Unternehmensführung“](#) zu finden.

Maßnahmen im Zusammenhang mit den Arbeitskräften des Unternehmens

Maßnahmen in Bezug auf Arbeitsbedingungen

Consumer

Wir sind uns bewusst, wie wichtig eine gesunde Work-Life-Balance und flexible Arbeitsmodelle für die Zufriedenheit und die Produktivität unserer Mitarbeitenden sind. Daher bieten wir unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, zwischen flexiblen Arbeitszeitmodellen, entsprechend ihrer jeweiligen Lebensphase und ihren individuellen Bedürfnissen, zu wählen.

Ergänzend zu unseren flexiblen Arbeitszeitmodellen bietet unser moderner Campus in Hamburg ein Arbeitsumfeld, das Produktivität, Zusammenarbeit und Wohlbefinden fördert. Ergonomische Arbeitsplätze, digitale Services, flexible Raumkonzepte sowie ein zeitgemäßes Mobilitäts- und Serviceangebot schaffen Rahmenbedingungen, die ein effizientes, komfortables und gesundheitsorientiertes Arbeiten ermöglichen. Darüber hinaus tragen verschiedene gastronomische Angebote und weitere Mitarbeitendenservices zu einer angenehmen Arbeitsatmosphäre und einem ausgewogenen Arbeitsalltag bei.

Wir gehen verantwortungsvoll mit wesentlichen Auswirkungen auf unsere Mitarbeitenden um und haben klare Prozesse etabliert, um notwendige Maßnahmen zu identifizieren. Wir bewerten regelmäßig potenzielle und tatsächliche Auswirkungen auf unsere Beschäftigten und leiten daraus Maßnahmen ab, die positive Effekte stärken und negative Folgen mindern sollen. Interne Expert*innen aus den relevanten Abteilungen bewerten, welche Maßnahmen als Reaktion auf konkrete Auswirkungen erforderlich und angemessen sind. Alle nachfolgend beschriebenen Maßnahmen basieren auf diesen Bewertungsprozessen und tragen zur Erfüllung der in unseren Richtlinien festgelegten Zielsetzungen bei.

Das Joint Venture NIVEA-Kao Japan ist nicht im Umfang der hier berichteten Maßnahmen enthalten.

Arbeitszeitregelungen

Maßnahme	Die Arbeitszeitregelung bei der Beiersdorf AG, der Beiersdorf Shared Services GmbH, der Beiersdorf Manufacturing Hamburg GmbH, der Beiersdorf Manufacturing Berlin GmbH, der Beiersdorf Manufacturing Leipzig GmbH und der Beiersdorf Customer Supply GmbH basiert auf Flexibilität und Vertrauen. Mitarbeitende, die nicht im Schichtsystem arbeiten, können innerhalb eines Rahmens ihre Arbeitszeit flexibel gestalten und haben die Möglichkeit, nach Absprache ihren Arbeitsort frei zu wählen, z. B. mobil oder hybrid, wenn ihre Aufgaben dies erlauben. Die Arbeitszeiterfassung erfolgt eigenverantwortlich. Zur Förderung der Zusammenarbeit können Teams Servicezeiten festlegen, in denen ihre Erreichbarkeit sichergestellt ist. Freizeitausgleich ist nach Absprache möglich und kann auch mit Urlaub kombiniert werden. Es gelten die gesetzlichen Regelungen, wobei Mitarbeitende in Ausnahmefällen maximal zehn Stunden täglich arbeiten dürfen. Um sicherzustellen, dass diese Grenze nicht überschritten wird und damit rechtzeitig geeignete Maßnahmen ergriffen werden können, haben wir in den meisten Gesellschaften einen Workflow implementiert, der Manager*innen automatisch informiert, sobald Mitarbeitende diese Grenze erreichen. Die Regelung zum flexiblen Arbeiten ist in mehreren Betriebsvereinbarungen geregelt und beinhaltet Themen wie flexible gleitende Arbeitszeit und Teilzeitarbeit.
Umfang	Beiersdorf AG, Beiersdorf Shared Services GmbH, Beiersdorf Customer Supply GmbH, Beiersdorf Manufacturing Hamburg GmbH, Beiersdorf Manufacturing Berlin GmbH, Beiersdorf Manufacturing Leipzig GmbH
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Durch die flexible Arbeitszeit wollen wir fördern, dass unsere Mitarbeitenden berufliche und private Bedürfnisse besser vereinbaren und somit produktiver arbeiten können.
Fortschritt	Die flexiblen Arbeitszeitregelungen werden weiterhin aktiv genutzt und erfreuen sich hoher Akzeptanz bei unseren Mitarbeitenden.

Flexibler Arbeitsort

Maßnahme	Für die Beiersdorf AG, Beiersdorf Shared Services GmbH, Beiersdorf Manufacturing Hamburg GmbH, Beiersdorf Manufacturing Berlin GmbH, Beiersdorf Manufacturing Leipzig GmbH und Beiersdorf Customer Supply GmbH bieten wir unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, ein bis zwei Tage pro Woche von einem anderen Arbeitsort (jedoch im selben Land) tätig zu sein, sofern der flexible Arbeitsort für Art und Dauer der jeweils zu erbringenden Tätigkeiten geeignet ist. An bis zu 20 Arbeitstagen – aufzuteilen in zwei Blöcke von maximal zehn Tagen – innerhalb eines Kalenderjahres können Mitarbeitende ihren Job im EWR-Ausland oder der Schweiz ausüben. In unseren Produktionsgesellschaften ist mobiles Arbeiten – abhängig von der jeweiligen Tätigkeit – teilweise möglich.
Umfang	Beiersdorf AG, Beiersdorf Shared Services GmbH, Beiersdorf Customer Supply GmbH, Beiersdorf Manufacturing Hamburg GmbH, Beiersdorf Manufacturing Berlin GmbH, Beiersdorf Manufacturing Leipzig GmbH
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Die Maßnahme soll dazu beitragen, dass Mitarbeitende berufliche und private Bedürfnisse besser vereinbaren und somit produktiver arbeiten können.
Fortschritt	Die Möglichkeit, regelmäßig von einem anderen Arbeitsort zu arbeiten, wird von unseren Mitarbeitenden aktiv genutzt und erfreut sich hoher Akzeptanz.

Jobsharing

Maßnahme	Ergänzend zu Teilzeitarbeit und weiteren Angeboten flexibler Arbeitsgestaltung bieten wir die Möglichkeit für Jobsharing. Dabei teilen sich zwei Beschäftigte als Job-Tandem gemeinsam eine Rolle. Dieses Modell ist bei uns seit 2010 gelebte Praxis – sowohl auf der höchsten Führungsebene im „Top Sharing“ als auch über das „Joint Leadership“-Modell bis in die mittlere Führungsebene. Zusätzlich unterstützen wir das Modell „Senior meets Junior“, bei dem sich Mitarbeitende unterschiedlicher Generationen eine Position teilen und voneinander lernen können. Dieses Tandem-Modell erlaubt beispielsweise, Zeit für ein weiterführendes Studium oder den Übergang in die Altersteilzeit zu nutzen.
Umfang	Im Berichtsjahr boten 37,0 % der Beiersdorf Consumer Gesellschaften die Möglichkeit, im Jobsharing-Tandem zu arbeiten. Wir streben an, den Anteil der teilnehmenden Tochterunternehmen kontinuierlich weiter zu erhöhen.
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Die Maßnahme soll dazu beitragen, dass Mitarbeitende auch bei reduzierter Arbeitszeit neue Aufgaben und Verantwortungsbereiche übernehmen können. Gleichzeitig wollen wir Jobsharing als strategisches Instrument in der Personalplanung und -entwicklung nutzen.
Fortschritt	Zum Ende des Berichtsjahres arbeiteten insgesamt 43 Jobsharing-Tandems bei Beiersdorf. Davon übernahmen 25 Tandems – in Teil- oder Vollzeit – Personalverantwortung. Die Jobsharing-Tandems stehen beispielhaft für eine vielfältige und ausgewogene Zusammenarbeit.

Unterstützungsprogramme zur Rückkehr aus der Elternzeit

Maßnahme	In Kooperation mit dem Start-up „MyCollective“ bieten wir zwei globale Programme für Mitarbeitende in Elternzeit an: Eines richtet sich speziell an Führungskräfte, die in Elternzeit gehen, das andere steht allen Mitarbeitenden in Elternzeit zur Verfügung. Bei beiden Programmen können Teilnehmende über eine digitale Plattform während ihrer Elternzeit mit Kolleg*innen in Verbindung bleiben, sich vernetzen und Weiterbildungsangebote nutzen. Ziel ist es, die Rückkehr aus der Elternzeit zu begleiten und individuelle Entwicklungsmöglichkeiten zu fördern.
Umfang	Global, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Die Maßnahme soll Mitarbeitenden den Wiedereinstieg nach der Elternzeit erleichtern, indem sie beruflich gut vorbereitet und vernetzt zurückzukehren können.
Fortschritt	Die Programme werden von Mitarbeitenden in Elternzeit angenommen und aktiv genutzt.

Betriebskindergarten „Troplo Kids“

Maßnahme	Mit der Kita „Troplo Kids“ bieten wir am Standort Hamburg Betreuungsmöglichkeiten für die Kinder unserer Mitarbeitenden. Die Kita ergänzt unsere Maßnahmen zur flexiblen Arbeitsgestaltung und führt die Familienangebote fort, die seit über 75 Jahren bei Beiersdorf bestehen. 80 % der Plätze sind für Kinder von Beiersdorf Mitarbeitenden reserviert. Die restlichen Plätze stehen Kindern aus der Nachbarschaft offen.
Umfang	Hamburg, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Mit dieser Maßnahme wollen wir unseren Mitarbeitenden in Hamburg Betreuungsmöglichkeiten für ihre Kinder anbieten und gleichzeitig durch die Öffnung für die Nachbarschaft unsere gesellschaftliche Verantwortung stärken und unseren Core Value Care unterstreichen.
Fortschritt	Die Einrichtung erfreut sich großer Beliebtheit und stärkt unser Engagement für Vereinbarkeit und soziale Verantwortung.

Beiersdorf Gesundheitsmanagement

Maßnahme	Das Ziel des Beiersdorf Gesundheitsmanagements ist die nachhaltige Förderung der Gesundheit und des Wohlbefindens aller Mitarbeitenden. Das Programm setzt auf ganzheitliche präventive Maßnahmen, um individuelle physische und psychische Ressourcen zu stärken und langfristig eine gesunde Arbeitsumgebung zu schaffen. Die Angebote gehen dabei über die gesetzlichen Anforderungen an betriebsärztliche Leistungen (z. B. arbeitsmedizinische Vorsorge, ergonomische Arbeitsplatzgestaltung) hinaus. Mit Präventions-, Bewegungs- und Ernährungsangeboten, Sozialberatung und psychologischer Beratung sollen Mitarbeitende auch über den Arbeitskontext hinaus unterstützt werden. Zu den Maßnahmen im Bereich Gesundheitsschutz zählen regelmäßige Gesundheits-Checks (z. B. Hautkrebscreening oder Knochendichtemessung), Präventionswochen (z. B. Krebspräventionswochen) sowie psychologische Unterstützung durch Resilienztrainings und Entspannungstechniken. Diese dienen dazu, physische und psychische Risiken frühzeitig zu erkennen und zu reduzieren und tragen so zur Schaffung einer sicheren und gesunden Arbeitsumgebung bei. Alle Angebote des betrieblichen Gesundheitsmanagements können über das Intranet eingesehen werden.
Umfang	Hamburg, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Wir streben an, die Resilienz der Mitarbeitenden nachhaltig zu stärken und ihre Gesundheit langfristig zu fördern.
Fortschritt	Im Berichtsjahr wurde das Angebot des Gesundheitsmanagements aktiv genutzt, was die kontinuierliche Umsetzung und Akzeptanz der Maßnahmen verdeutlicht.

Beiersdorf GYM

Maßnahme	Mit dem im Dezember 2024 eröffneten Fitnesscenter „Beiersdorf GYM“ am Campus in Hamburg bieten wir moderne Trainingsmöglichkeiten für Kraft, Ausdauer und Beweglichkeit, Schwerpunkturse sowie individuelle Betreuung durch qualifizierte Trainer*innen. Das Angebot wird von der Sportgemeinschaft Beiersdorf e. V. betrieben. Damit möchten wir nicht nur das persönliche Wohlbefinden, sondern auch den sozialen Zusammenhalt und unsere Unternehmenskultur stärken.
Umfang	Hamburg, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Mit der Maßnahme erwarten wir, die körperliche Fitness und mentale Gesundheit der Mitarbeitenden langfristig zu fördern.
Fortschritt	Seit der Eröffnung konnten wir einen Anstieg der Mitgliederzahlen des „Beiersdorf GYM“ beobachten.

Weiterentwicklung unseres Managementsystems für Arbeits- und Gesundheitsschutz

Maßnahme	2024 und 2025 haben wir für den Unternehmensbereich Consumer ein neues internes Auditprogramm für den Bereich Arbeits- und Gesundheitsschutz entwickelt. Zusätzlich haben wir „Life Saving Rules“ definiert, um ein sichereres Arbeitsumfeld zu schaffen und unsere Mitarbeitenden über das Thema Arbeitssicherheit aufzuklären. Zudem lag der Fokus auf der Verbesserung der Prozesssicherheit an unseren Produktions- und Logistikstandorten. Dabei haben wir einen Standard für die sichere Aerosolproduktion und den Umgang mit entzündlichen Stoffen entwickelt.
Umfang	Global, alle Produktionsstandorte und selbst betriebene Logistikstandorte des Unternehmensbereichs Consumer
Zeithorizont	2024-2025 fortfolgend
Erwartetes Ergebnis	Durch das optimierte Managementsystem soll das Bewusstsein für die potenziell hohen Sicherheitsrisiken gestärkt und damit schwere Zwischenfälle und Verletzungen im Arbeitsumfeld reduziert werden.
Fortschritt	Die entwickelten „Life Saving Rules“ wurden im Berichtsjahr an allen Standorten implementiert.

tesa

Auch im Unternehmensbereich tesa soll unser flexibles Arbeitszeitmodell mit Gleitzeit und Homeoffice-Möglichkeiten unsere Mitarbeitenden dabei unterstützen, Beruf und Familie optimal zu vereinbaren. Wir fördern eine familienfreundliche Arbeitsweise und legen besonderen Wert auf die Einhaltung der Elternzeitregelungen sowie einen nahtlosen Wiedereinstieg. So wie am Beiersdorf-Campus steht auch im tesa Headquarter ein Eltern-Kind-Büro zur Verfügung.

Darüber hinaus bieten wir in der tesa SE zusätzliche Services wie einen Reinigungsservice, wöchentliche Marktstände mit regionalen Produkten und verschiedene Mobilitätsangebote an, um den Arbeitsalltag komfortabler und gesünder zu gestalten. Unser Ziel ist die Schaffung einer Arbeitsumgebung, die

berufliche und persönliche Bedürfnisse gleichermaßen berücksichtigt und Zufriedenheit sowie Produktivität fördert.

Wir nehmen den Umgang mit wesentlichen Auswirkungen auf unsere eigenen Mitarbeitenden sehr ernst und haben Maßnahmen entwickelt, die uns dabei helfen sollen, positive Auswirkungen zu erzielen und negative Auswirkungen abzumildern. Alle nachfolgend beschriebenen Maßnahmen tragen zur Erfüllung der in unseren Richtlinien festgelegten Zielsetzungen bei.

Arbeitszeitregelungen

Maßnahme	Die Arbeitszeitregelung bei tesa basiert auf Flexibilität und Vertrauen. Mitarbeitende können innerhalb eines vereinbarten Rahmens ihre Arbeitszeit flexibel gestalten; die Arbeitszeiterfassung erfolgt eigenverantwortlich. Zur Förderung der Zusammenarbeit können Teams Servicezeiten festlegen, in denen ihre Erreichbarkeit sichergestellt wird. Freizeitausgleich (Gleittage) ist nach Absprache möglich und kann auch mit Urlaub kombiniert werden. Es gelten die gesetzlichen Regelungen, wobei Mitarbeitende in Ausnahmefällen maximal zehn Stunden täglich arbeiten dürfen. Um sicherzustellen, dass diese Grenze nicht überschritten wird und um rechtzeitig geeignete Maßnahmen ergreifen zu können, haben wir in den meisten Gesellschaften einen Workflow implementiert, der Manager*innen automatisch informiert, sobald Mitarbeitende diese Grenze erreichen. Diese Regelung zu flexiblem Arbeiten gilt nur für die tesa SE und ist durch eine Betriebsvereinbarung geregelt. In unseren deutschen Produktionsstätten ermöglichen wir allen nicht gewerblich angestellten Mitarbeitenden flexible Arbeitszeiten. In unseren internationalen Gesellschaften außerhalb Deutschlands ist flexibles Arbeiten teilweise möglich.
Umfang	Alle Gesellschaften außer tesa Brasil Ltda., tesa tape Argentina S.R.L., tesa Plant Sparta LLC, tesa tape México S.A. de C.V., tesa tapes (India) Private Limited, tesa Site Haiphong Company Limited, und Functional Coatings LLC
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Mitarbeitende nutzen flexible Arbeitszeitmodelle und können so Beruf und Privatleben besser miteinander vereinbaren.
Fortschritt	Im Berichtsjahr haben wir die Nutzung des flexiblen Arbeitens bei unseren internationalen Gesellschaften abgefragt.

Mobiles Arbeiten

Maßnahme	tesa ermöglicht Mitarbeitenden mobiles Arbeiten durch eine Betriebsvereinbarung, die Flexibilität und Eigenverantwortung fördert und auf eine Kulturtransformation abzielt. Mobiles Arbeiten ist in Abstimmung mit dem Team und der Führungskraft flexibel in Stunden oder Tagen möglich. Unsere Mitarbeitenden sind während des mobilen Arbeitens verpflichtet, für Kolleg*innen erreichbar zu sein und klare Team-Absprachen einzuhalten (u. a. zur Vermeidung von Arbeitszeitentgrenzung). Der gesetzliche Unfallversicherungsschutz steht den Mitarbeitenden auch bei der Ausübung beruflicher Tätigkeiten im mobilen Arbeiten zur Verfügung. Diese Regelung zum mobilen Arbeiten gilt nur für die tesa SE und ist für diese durch eine Betriebsvereinbarung geregelt. In unseren internationalen Gesellschaften außerhalb Deutschlands ist mobiles Arbeiten teilweise möglich.
Umfang	Alle Gesellschaften außer tesa Plant (Suzhou) Co. Ltd., tesa Plant Sparta LLC, tesa tapes (India) Private Limited, tesa Site Haiphong Company Limited und Functional Coatings LLC
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Mitarbeitende nutzen flexible Arbeitsmodelle zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.
Fortschritt	Im Berichtsjahr haben wir die Nutzung des mobilen Arbeitens bei unseren internationalen Gesellschaften abgefragt.

Harmonisierung des Sicherheitsmanagements für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz bei tesa

Maßnahme	Um die Leistungsfähigkeit in verschiedenen Sicherheitsbereichen zu verbessern, darunter Berichterstattung, integriertes Managementsystem und Überwachungsprozesse, hat tesa eine Software eingeführt. Das Ziel war es, nahtlose Abläufe über Abteilungen und Standorte hinweg zu ermöglichen, wodurch das Sicherheitsmanagement insgesamt effizienter wird. Nach einer Pilotphase an zwei Produktionsstandorten im Jahr 2024 wurde die Software an allen tesa Standorten bis Ende 2025 implementiert. Die Software soll die Erfassung, Analyse und Standardisierung sicherheitsrelevanter Themen erleichtern. Die Einführung diente nicht nur der technologischen Modernisierung, sondern soll auch die strategische Verbesserung unserer Sicherheitsrichtlinien unterstützen. Ziel ist es, ein sichereres Arbeitsumfeld für alle Mitarbeitenden zu schaffen.
Umfang	Global, Unternehmensbereich tesa
Zeithorizont	2025
Erwartetes Ergebnis	Wir erwarten durch die Implementierung eine höhere Transparenz innerhalb der Organisation, einen besseren Austausch zu Sicherheitsthemen, eine optimierte Steuerung des Sicherheitsmanagementsystems und Verringerung der Unfallzahlen.
Fortschritt	Die Maßnahme wurde im Jahr 2025 abgeschlossen. Als Software wurde „Quentic“ konzernweit an allen tesa-Standorten implementiert und soll künftig als zentrale Plattform für das Unfallmanagement dienen. Alle Produktionsstandorte können Schadensereignisse und Unfälle fortan direkt in der „Quentic“-Datenbank melden. Damit werden künftig alle gemeldeten Arbeitsunfälle und Schadensereignisse digital erfasst.

Local Safety Initiatives

Maßnahme	Im Rahmen unseres kontinuierlichen Verbesserungsprozesses haben unsere Produktionsstandorte und das Headquarter Initiativen entwickelt, um notwendige Verbesserungen in verschiedenen Bereichen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes voranzutreiben.
Umfang	Alle Produktionsstandorte weltweit und Headquarter, Unternehmensbereich tesa
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Diese Initiativen beinhalten konkrete Maßnahmen, um die interne Steuerung im Bereich des Arbeits- und Gesundheitsschutzes zu verbessern und tesa bei der Erreichung seiner strategischen Ziele zu unterstützen.
Fortschritt	Die „Local Safety Initiatives“ werden dezentral an den einzelnen tesa-Produktionsstandorten sowie im Headquarter initiiert und im Rahmen der jeweiligen standortspezifischen Sicherheitsmanagementsysteme kontinuierlich verfolgt und weiterentwickelt. Die Identifikation, Umsetzung und Nachverfolgung der Maßnahmen erfolgt eigenverantwortlich durch die lokalen Teams, wobei die Initiativen an die spezifischen Anforderungen und Sicherheitsrisiken der jeweiligen Standorte angepasst werden.

tesa Gesundheitsmanagement

Maßnahme	Das Ziel des tesa Gesundheitsmanagements ist die nachhaltige Förderung der Gesundheit und des Wohlbefindens aller Mitarbeitenden in Deutschland durch präventive Angebote wie ergonomische Arbeitsplatzgestaltung, Bewegungs- und Ernährungsprogramme, Vorsorgeuntersuchungen sowie soziale und psychologische Beratung. Alle Angebote des betrieblichen Gesundheitsmanagements sind im Intranet einsehbar.
Umfang	tesa SE, tesa Werk Hamburg GmbH, tesa Werk Offenburg GmbH, tesa Manufacturing GmbH
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Mithilfe des Angebots soll die Resilienz der Mitarbeitenden gestärkt sowie ihre mentale und körperliche Gesundheit langfristig gefördert werden.
Fortschritt	Im Berichtsjahr wurde das Angebot des Gesundheitsmanagements aktiv genutzt, was die kontinuierliche Umsetzung und Akzeptanz der Maßnahmen verdeutlicht.

Maßnahmen in Bezug auf Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle

Consumer

Unsere Produkte sind für alle. Für unsere Innovationskraft und unseren Geschäftserfolg ist es daher entscheidend, dass unsere Belegschaft die Vielfalt unserer Konsument*innen widerspiegelt und unsere Unternehmenskultur es allen Mitarbeitenden ermöglicht, jeweils ihr volles Potenzial einzubringen.

Wir investieren gezielt in Weiterbildung, Kompetenzentwicklung sowie Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt, fairen Chancen und Inklusion (Diversity, Equity & Inclusion – DE&I). Unser Engagement ist strategisch verankert und wird durch klare globale Ziele und priorisierte Maßnahmen im Rahmen unserer „DE&I Roadmap“ gesteuert.

Unsere Initiativen greifen sowohl intern als auch extern, unter anderem durch Trainings für Führungskräfte, Lernangebote und Austauschformate für alle Mitarbeitenden sowie durch die Unterstützung von Organisationen wie „PROUT AT WORK Foundation“, „LEAD Network“ und „The Valuable 500“.

Schwerbehindertenvertretung

Maßnahme	Die Schwerbehindertenvertretung der Beiersdorf AG ist eine gesetzliche Vorgabe und vertritt die Interessen von schwerbehinderten und gleichgestellten Mitarbeitenden sowie von Personen, die einem erhöhten Risiko für eine Behinderung ausgesetzt sind. Die Hauptaufgabe der Schwerbehindertenvertretung ist es, die Teilhabe von Menschen mit Behinderung am Arbeitsleben zu fördern, sie im Arbeitsalltag zu unterstützen und bei betrieblichen Maßnahmen aktiv zu vertreten. Um diese Aufgaben wirkungsvoll wahrnehmen zu können, ist die Schwerbehindertenvertretung für ihre Tätigkeit freigestellt. Informationen zu unserer Schwerbehindertenvertretung sind im Intranet für Mitarbeitende verfügbar.
Umfang	Deutschland, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Mit der Schwerbehindertenvertretung soll die Inklusion von (schwer-)behinderten und gleichgestellten Mitarbeitenden verbessert und ihre Teilhabe am Berufsleben gestärkt werden.
Fortschritt	Die Arbeit der Vertretung erfolgt fortlaufend und bedarfsorientiert, um Barrieren abzubauen, ein inklusives Arbeitsumfeld zu fördern und jederzeit eine verlässliche Unterstützung sicherzustellen.

Schulung und Kompetenzentwicklung

Maßnahme	Mit unserem „Global DE&I Knowledge Framework“ als Teil unserer „DE&I Roadmap“ schulen wir unsere Mitarbeitenden durch verschiedene Formate zum Thema Vielfalt und Inklusion, darunter das Trainingsprogramm „Global DE&I Essentials Journey“. Diese größte Lerninitiative von Beiersdorf vermittelt Führungskräften über ein internes „Train the Trainer“-Konzept ein nachhaltiges Fundament an Wissen und Praktiken, wie sie Teams durch inklusive Führung stärken. Zudem werden ausgewählte Mitarbeitende als „Change Maker“ qualifiziert, um die Inhalte des Programms langfristig im Unternehmen zu verankern. Parallel dazu haben wir unser Engagement für Diversität und Inklusion weiter ausgebaut – insbesondere im Bereich Inklusion von Menschen mit Behinderungen. Unsere globalen „Disability Inclusion Squads“ haben diese Arbeit aktiv vorangetrieben, unterstützt durch verschiedene externe Partnerorganisationen, die zusätzliche Expertise und Impulse einbringen.
Umfang	Global, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Mit dem „Knowledge Framework“ wollen wir eine inklusive Unternehmenskultur fördern, die uns durch verschiedene Perspektiven bereichert und dadurch innovativer und leistungsfähiger macht. Durch die Weiterbildung der Führungsebene erwarten wir, dass wir langfristig eine Teamkultur gestalten, in der sich jede Person respektiert fühlt und ihr individuelles Potenzial entfalten kann. Ergänzend sollen die Disability-Initiativen Barrieren weiter abbauen und die gleichberechtigte Teilhabe aller Mitarbeitenden stärken.
Fortschritt	Weltweit haben im Berichtsjahr 85 % aller Führungskräfte am Lernprogramm „Global DE&I Essentials Journey“ teilgenommen. Damit konnten wir 2025 sowohl die für den kulturellen Wandel entscheidende Reichweite als auch relevante DE&I-Kompetenzen fördern. Gleichzeitig wurden die Maßnahmen zur Inklusion von Menschen mit Behinderungen durch die Arbeit von mehr als 30 „Disability Inclusion Squads“ und die Zusammenarbeit mit verschiedenen externen Partnerorganisationen wesentlich vorangetrieben.

Informationsveranstaltungen mit dem Fokus auf „Diversity, Equity & Inclusion“

Maßnahme	Bei uns haben im Berichtsjahr 2025 verschiedene Events stattgefunden, die die unterschiedlichen Facetten von Vielfalt beleuchten. In Form von Vorträgen oder Diskussionen behandelten namhafte Expert*innen aus Wissenschaft und Wirtschaft sowie Aktivist*innen Themen wie Antirassismus, Neurodiversität oder Unterstützung von LGBTQ+-Personen bei Diskriminierung. Diese Formate finden unter Einbezug unserer Mitarbeitenden-Communities statt. Ein paar konkrete Beispiele: • „Colors Of Pride“-Ausstellung und Führungen während des „Pride Months“ sowie Teilnahme am „Rainbowflash“ und Christopher Street Day (CSD) in Hamburg durch die „Be You“-Community. • Themenwoche anlässlich des „International Women’s Day“ (IWD) 2025 mit diversen Angeboten wie einer Keynote zur neuen „MOMHood“-Community oder einem „Health Talk“ zur Menopause durch die „SisterhoodisPower“-Community. • Expert*innen-Talks zur Stärkung der Inklusionskompetenz innerhalb der Organisation sowie ein Event zum Internationalen Tag der Menschen mit Behinderungen mit Keynotes und einem interaktiven „Ability Empathy Lab“ durch die „Ability“-Community.
Umfang	Global, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Die Impulsvorträge und Events sollen den Wissens- und Erfahrungshorizont unserer Mitarbeitenden erweitern sowie eine Kultur der Offenheit und des Miteinanders fördern.
Fortschritt	Die Umsetzung von Events und Initiativen zu „Diversity, Equity & Inclusion“ wurde im Berichtsjahr erfolgreich fortgeführt, um den Dialog zu fördern und eine inklusive Unternehmenskultur nachhaltig zu stärken.

Mitarbeitenden-Communities

Maßnahme	In insgesamt sieben Grassroots-Communities, engagieren sich unsere Mitarbeitenden aktiv für Themen verschiedener Gruppen, darunter Menschen mit Behinderungen, Eltern, Black People of Color (BPoC), unterschiedliche Generationen sowie Menschen unterschiedlicher kultureller Hintergründe und Geschlechtsidentitäten. In engem Austausch mit dem DE&I-Team organisieren die Mitarbeitenden-Communities Trainings und Events. Zu den Communities zählen: • „Be You“, die sich für Bewusstseinsbildung, Aufklärung und ein inklusives, unterstützendes Arbeitsumfeld für Menschen verschiedener Geschlechtsidentitäten einsetzt. • „SisterhoodisPower“, in der sich Frauen durch Mentoring und Networking gegenseitig auf ihrem Karriereweg unterstützen und Geschlechtergerechtigkeit fördern. Seit 2025 verstärkt durch „MOMhood“, ein Netzwerk für bestehende oder werdende Mütter, das Raum für Austausch und Verbindung schafft und das Verständnis für unterschiedliche Lebenssituationen stärkt. • „New Generation 50+“, die die Interessen erfahrener Kolleg*innen vertritt, mit Fokus auf digitale Weiterbildung und generationsübergreifendes Lernen. • „WEnited“, die den Zusammenhalt und die Zugehörigkeit internationalen Kolleg*innen durch Austausch, gemeinsame Aktivitäten und ein unterstützendes Buddy-Programm stärkt. • „dad.icated“, ein Netzwerk für Väter und werdende Väter, das sich für die Vereinbarkeit von aktiver Vaterschaft und Karriere einsetzt. • „ability“, die sich für mehr Sichtbarkeit, Teilhabe und Inklusion von Menschen mit Behinderungen im Unternehmen engagiert. • „2B.HUE“, die Vernetzung, Sichtbarkeit und Empowerment von BPoC mit afrikanischen Wurzeln im Unternehmen fördert.
Umfang	Hamburg, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Unsere Mitarbeitenden-Communities tragen durch Austausch und Networking dazu bei, eine inklusive Unternehmenskultur zu fördern und vielfältige Perspektiven sichtbar zu machen. Diese fließen auch in die Weiterentwicklung unserer DE&I-Strategie ein.
Fortschritt	Unsere Mitarbeitenden engagieren sich aktiv in den Communities. Im Jahr 2025 entstand mit „2B.HUE“ eine neue Community und mit „MOMHood“ eine neue Initiative innerhalb der „SisterhoodisPower“-Community.

Bildungsmaßnahmen zur Vielfalt in Führungspositionen

Maßnahme	Durch konkrete Bildungsmaßnahmen möchten wir Vielfalt in Führungspositionen weltweit fördern. So ist Geschlechtervielfalt bereits gelebte Realität, an der wir festhalten. Im Berichtsjahr organisierte unsere Mitarbeitenden-Community „SisterhoodisPower“ anlässlich des IWD am 8. März 2025 die „International Women’s Week“. Unter dem Motto „#AccelerateAction“ konnten alle Mitarbeitenden – unabhängig von Geschlecht oder Position – verschiedene Veranstaltungen zur Stärkung und Sichtbarkeit von Frauen besuchen, sich austauschen und vernetzen.
Umfang	Global, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Mit regelmäßigen Informationsveranstaltungen und Austauschformaten möchten wir den Wissens- und Erfahrungshorizont unserer Mitarbeitenden erweitern und eine Kultur der Offenheit und des Miteinanders fördern.
Fortschritt	Im Rahmen des IWD 2025 fanden insgesamt sieben Events und mehrere Networking-Veranstaltungen statt, darunter auch gemeinsame Mittagessen mit Mitgliedern des Vorstands.

Female Talent Programm

Maßnahme	Im Berichtsjahr haben wir das „Female Talent Programm“ in Zusammenarbeit mit dem Londoner Unternehmen „Shape Talent“ erfolgreich fortgeführt. Ziel der Initiative ist es, Frauen in unserer globalen Organisation gezielt zu stärken, ihre Potenziale sichtbar zu machen und sie auf ihrem individuellen sowie gemeinsamen Weg in Führungsrollen wirkungsvoll zu unterstützen. Das Programm adressiert gesellschaftliche, organisationale und persönliche Barrieren, die Karrierewege beeinflussen können. Der Fokus liegt auf dem Ausbau authentischer Führungskompetenzen, dem Aufbau strategischer Netzwerke sowie der Stärkung der individuellen Wirksamkeit und Sichtbarkeit weiblicher Talente.
Umfang	Global, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Diese Maßnahmen sollen die Gleichstellung der Geschlechter fördern und Barrieren abbauen, damit Frauen ihr Potenzial voll ausschöpfen können.
Fortschritt	Das Female Talent Programm im Bereich Finance wurde im Jahr 2025 fortgeführt. 2026 ist die Durchführung einer vierten Kohorte geplant.

Talent-Prozesse

Maßnahme	Bei Beiersdorf verfolgen wir eine klare Talent-Management-Vision: Talente gezielt zu identifizieren, sie individuell weiterzuentwickeln und eine vorausschauende Nachfolgeplanung für Schlüsselpositionen sicherzustellen. Unser Ziel ist es, allen Mitarbeitenden die Möglichkeit zu geben, ihre persönliche und berufliche Entwicklung aktiv zu gestalten. Unsere globalen Talentprozesse bilden dafür den zentralen Rahmen. Der jährlich stattfindende Entwicklungsprozess „Develop Your Way“ unterstützt Mitarbeitende und Führungskräfte dabei, Potenziale zu reflektieren, Entwicklungsbedarfe zu erkennen und individuelle Entwicklungsperspektiven zu definieren. Grundlage hierfür ist ein einheitlicher Bewertungsansatz, der unter anderem die „Learning Agilities“ berücksichtigt – die Fähigkeit, sich in einem dynamischen Umfeld schnell anzupassen und kontinuierlich zu lernen. Um eine konsistente und faire Bewertung sicherzustellen, werden die Potenziale und Entwicklungsrichtungen in Management-Teams abgestimmt. HR übernimmt eine zentrale Steuerungs- und Governance-Rolle und stellt sicher, dass der Prozess kontinuierlich an strategische Prioritäten angepasst wird. Die Umsetzung der Entwicklungspläne wird durch ein breites Spektrum an Lern- und Entwicklungsangeboten, internationalen Programmen und projektbasierten Formaten unterstützt. Ein wesentlicher Baustein unseres Talent-Managements ist zudem die strukturierte Nachfolgeplanung für Schlüsselpositionen. Ziel ist es, kritische Rollen nachhaltig zu sichern, ein robustes Talentnetzwerk aufzubauen und die organisatorische Leistungsfähigkeit und Agilität langfristig zu stärken.
Umfang	Global, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Die Talent-Prozesse sollen den Aufbau von starken, messbaren Talentnetzwerken, -pools und Nachfolgeplanungen vorantreiben. Außerdem sollen sie die Förderung und Entwicklung von Talenten durch strukturiertes Feedback sowie die Festlegung individueller Entwicklungsschritte pro Mitarbeitenden unterstützen.
Fortschritt	Der Entwicklungsprozess „Develop Your Way“ wird jährlich von Mitarbeitenden und Führungskräften durchlaufen. Dies wird im Personalmanagementsystem dokumentiert, um eine strukturierte Umsetzung und transparente Nachverfolgbarkeit sicherzustellen.

Performance-Management

Maßnahme	Die Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden bilden die Grundlage für individuelle Entwicklung und unternehmerische Entscheidungen. Kontinuierliches Feedback zu Leistung und Verhalten sowie eine objektive Beurteilung der vorhandenen Entwicklungs- und Wachstumsmöglichkeiten sind für eine zielgerichtete Weiterentwicklung unerlässlich. Mit dem Prozess des Performance-Managements möchten wir deswegen den konstruktiven Dialog zwischen Mitarbeitenden und ihren direkten Vorgesetzten fördern, um ein Umfeld zu schaffen, das sowohl Leistung als auch persönliches Wachstum unterstützt. In der Beiersdorf AG und den deutschen Tochtergesellschaften wird das Performance-Management durch die jeweiligen Betriebsvereinbarungen geregelt.
Umfang	Global, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Mit dem Performance-Management soll eine vertrauensvolle, konstruktive Feedback-Kultur gefördert und die Weiterentwicklung von Mitarbeitenden unterstützt werden.
Fortschritt	Der Performance-Management-Prozess wird jährlich von den Führungskräften umgesetzt und im Personalmanagementsystem dokumentiert, um eine konsistente Anwendung und Nachverfolgbarkeit sicherzustellen.

Schulungsprogramme

Maßnahme	Beiersdorf fördert die kontinuierliche Weiterbildung und Kompetenzentwicklung für alle Mitarbeitenden. Neben verpflichtenden Compliance-Schulungen zu Themen wie Datenschutz, Antidiskriminierung und ethischem Verhalten bieten wir ein breites Spektrum an Lern- und Entwicklungsangeboten an – darunter Programme zu Führung, Kommunikation und Arbeitssicherheit. Ergänzend entwickeln unsere Fachakademien (z. B. Sales, R&D, Procurement, Finance, Marketing) sowie regionale Einheiten zielgruppenspezifische Lernprogramme, um individuelle Kompetenzanforderungen gezielt zu adressieren. Ein wichtiger Meilenstein war die Einführung unserer Learning Experience Plattform „SKILLCARE“, die seit Juli 2024 weltweit verfügbar ist. Sie bündelt interne und externe Lernangebote und unterstützt selbstbestimmtes Lernen im Arbeitsalltag. Weitere zentrale Maßnahmen umfassen Präsenztrainings zu Themen wie Konfliktmanagement und Projektmanagement sowie ein globales Programm für digitales Upskilling in Bereichen wie Office 365, GenAI, Data und Automation. Ergänzend bieten wir individuelle Entwicklungsmöglichkeiten für alle Karrierestufen sowie lokale Angebote wie Sprachkurse an. Die Inhalte unserer Schulungsprogramme werden regelmäßig aktualisiert, um gesetzliche und geschäftliche Änderungen zu berücksichtigen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der kontinuierlichen Entwicklung unserer Führungskräfte. Unser globales Leadership-Development-Portfolio unterstützt Führungskräfte unterschiedlicher Ebenen dabei, Rollenanforderungen erfolgreich zu gestalten, reflektierte Führungsentscheidungen zu treffen und Teams in einem dynamischen Umfeld wirkungsvoll zu führen. Die Programme kombinieren Elemente wie Selbstreflexion, praxisorientiertes Lernen, Peer-Austausch und individuelles Feedback und stärken damit die Fähigkeit, Veränderungen aktiv zu gestalten, Mitarbeitende zu befähigen und eine leistungsstarke, inklusive Unternehmenskultur zu fördern. Damit leisten unsere Leadership-Programme einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Weiterentwicklung unserer Organisation und zur weltweiten Sicherstellung starker Führungsqualitäten.
Umfang	Global, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Die Schulungsprogramme zielen darauf ab, die fachlichen und sozialen Fähigkeiten der Mitarbeitenden und Führungskräfte zu stärken, wirksames und verantwortungsvolles Handeln zu fördern und damit eine leistungsstarke, zukunftsorientierte sowie verantwortungsvolle Unternehmenskultur zu unterstützen.
Fortschritt	Der Fortschritt dieser Maßnahmen zeigt sich in einer kontinuierlichen Nutzung unserer Lernangebote, was wir unter anderem über vergebene Lizenzen sowie die Anzahl erfolgreich abgeschlossener Lernelemente systematisch nachverfolgen. Für die Pflichtschulungen zu Compliance-Themen wird die Teilnahme der Mitarbeitenden dokumentiert, um die Erfüllung der Schulungspflicht nachzuweisen (s. Kapitel „G1 – Unternehmensführung“).

tesa

Unterschiedliche Perspektiven helfen uns, die Bedürfnisse unserer Kund*innen besser zu verstehen, und fördern zugleich den Innovationsgeist von tesa. Daher legen unsere Personalabteilungen und Führungskräfte weltweit Wert darauf, Vielfalt zu fördern und Diskriminierung jeglicher Art vorzubeugen. In allen Unternehmensbelangen setzen wir uns für Diversität und Chancengleichheit ein. Zusätzlich unterstützen wir Programme für die Integration von benachteiligten Gruppen.

Schwerbehindertenvertretung

Maßnahme	Die Schwerbehindertenvertretung der tesa SE ist eine gesetzliche Vorgabe und vertritt die Interessen von schwerbehinderten und gleichgestellten Mitarbeitenden sowie von Personen, die einem erhöhten Risiko für eine Behinderung ausgesetzt sind. Die Hauptaufgabe der Schwerbehindertenvertretung ist es, die Teilhabe von Menschen mit Behinderung am Arbeitsleben zu fördern, sie im Arbeitsalltag zu unterstützen und bei betrieblichen Maßnahmen aktiv zu vertreten. Mitarbeitende können Informationen zu unserer Schwerbehindertenvertretung im Intranet einsehen. Darüber hinaus arbeiten wir an unserem Headquarter in Norderstedt mit dem Unternehmen „Elbe Nord“ zusammen, das Menschen mit Behinderungen ausbildet und einstellt.
Umfang	tesa SE, tesa Werk Offenburg GmbH, tesa Werk Hamburg GmbH, tesa Manufacturing GmbH
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Durch die Schwerbehindertenvertretung sollen schwerbehinderte und gleichgestellte Mitarbeitende besser in den Arbeitsalltag integriert werden.
Fortschritt	Die Arbeit der Vertretung erfolgt fortlaufend und bedarfsorientiert, um Barrieren abzubauen, ein inklusives Arbeitsumfeld zu fördern und jederzeit eine verlässliche Unterstützung sicherzustellen.

Talent Review Process

Maßnahme	Der tesa „Talent Review Process“ ist ein wichtiger Bestandteil des Talentmanagements und findet jährlich statt. Mit Unterstützung der Personalabteilung kalibrieren Management-Teams die Leistungs- und Potenzialbewertungen ihrer Mitarbeitenden. Ziel ist es, Talente und potenzielle Führungskräfte zu identifizieren, maßgeschneiderte Entwicklungspläne zu erstellen und Nachfolgeszenarien für Schlüsselpositionen zu planen.
Umfang	Global, Unternehmensbereich tesa
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Über den „Talent Review Process“ streben wir an, Talente zu identifizieren, starke und messbare Talentnetzwerke und -pools aufzubauen, unsere Talente zu fördern und zu fordern, ihnen standardisiertes und konstruktives Feedback sowie eine solide Grundlage für ihre Entwicklung zu bieten.
Fortschritt	2025 haben wir den „Talent Review Process“ vollständig digitalisiert und global über „SAP SuccessFactors“ für ca. 4.000 Mitarbeitende eingeführt. Durch die Digitalisierung wollen wir den Prozess transparenter gestalten sowie höhere Vergleichbarkeit und Durchführungsquoten erzielen.

tesa Performance Management

Maßnahme	Die Fähigkeiten und das Potenzial unserer Mitarbeitenden bilden die Grundlage für individuelle Entwicklung und unternehmerische Entscheidungen. Kontinuierliches Feedback zu Leistung und Verhalten sowie eine objektive Beurteilung der verfügbaren Entwicklungs- und Wachstumsmöglichkeiten sind für eine zielgerichtete Weiterentwicklung unerlässlich. Mit dem „tesa Performance Management“ (tPM) möchten wir deshalb einen konstruktiven Dialog zwischen Mitarbeitenden und ihren direkten Vorgesetzten fördern, um ein Umfeld zu schaffen, das sowohl Leistung als auch persönliches Wachstum unterstützt. Das tPM wird durch eine Konzernbetriebsvereinbarung geregelt.
Umfang	Global, Unternehmensbereich tesa
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Mit dem tPM möchten wir unsere Feedback-Kultur stärken sowie die Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden individuell fördern.
Fortschritt	2025 wurde das tPM vollständig über „SAP SuccessFactors“ digitalisiert, wodurch wir die Durchführungsquote deutlich erhöhen konnten. Bei der Digitalisierung wurden auch rund 1.300 gewerbliche Mitarbeitende berücksichtigt.

tesa Competencies Review

Maßnahme	Der „tesa Competencies Review“ (tCR) umfasst ein 2,5-tägiges „Development Center“ und eine anschließende „Learning Journey“. Die Teilnahme am tCR erfolgt durch Nominierung im Rahmen des jährlichen „Talent Reviews“ und hat das Ziel, den Teilnehmenden eine gezielte Analyse ihrer Stärken und Entwicklungsfelder in berufsbezogenen Situationen zu ermöglichen. Nach Abschluss des tCR erhalten die Teilnehmenden detailliertes Feedback und erarbeiten gemeinsam mit ihren Vorgesetzten, der Personalabteilung und den tCR-Kolleg*innen spezifische Entwicklungsmaßnahmen. Diese Maßnahmen werden in einem „Development Action Plan“ (DAP) festgehalten und dienen als Grundlage für die weitere berufliche Entwicklung. Das erwartete Ergebnis ist eine tiefgehende Einsicht in persönliche Stärken und Verbesserungsbereiche, die Validierung des Potenzials für zukünftige Karriereschritte sowie die Erweiterung der Selbstreflexionsfähigkeiten der Teilnehmenden.
Umfang	Global, Unternehmensbereich tesa
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Die Erstellung und Festlegung eines „Development Action Plan“ soll die gezielte Weiterentwicklung von Mitarbeitenden fördern.
Fortschritt	2025 wurde das tCR konzeptionell an die erweiterten Kompetenzen der Mitarbeitenden im Bereich künstliche Intelligenz (KI) angepasst. Teilnehmende können nun bei den Aufgaben die tesa KI-Tools zur Vorbereitung auf den Review nutzen. Im Berichtsjahr haben 17 Teilnehmende das tCR durchlaufen und anschließend einen individuellen „Development Action Plan“ erstellt.

Schulungsprogramme

Maßnahme	Alle Mitarbeitenden sind verpflichtet, an Compliance-Schulungen zu Themen wie Datenschutz, Antidiskriminierung, Verhinderung von Belästigung, Kinder- und Zwangsarbeit und ethischem Verhalten teilzunehmen. Die Schulungsunterlagen werden regelmäßig aktualisiert, um Änderungen in Gesetzen, Richtlinien und Geschäftspraktiken zu berücksichtigen. Neben den Compliance-Schulungen werden weitere freiwillige Programme angeboten, wie etwa Schulungen zu Arbeitssicherheit, Führungskompetenzen, interkultureller Kommunikation, Konfliktmanagement und nachhaltigem Wirtschaften. Diese Programme sollen die fachlichen und sozialen Kompetenzen der Mitarbeitenden weiterentwickeln und eine verantwortungsbewusste Unternehmenskultur fördern. Auch spezielle Trainings zu Themen wie Innovationsmanagement und digitalen Fähigkeiten werden regelmäßig angeboten, um die Mitarbeitenden auf die Herausforderungen einer sich ständig verändernden Arbeitswelt vorzubereiten.
Umfang	Global, Unternehmensbereich tesa
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Schulung und Kompetenzentwicklung unserer Mitarbeitenden
Fortschritt	Für die Pflichtschulungen zu Compliance-Themen wird die Teilnahme der Mitarbeitenden dokumentiert, um die Erfüllung der Schulungspflicht nachzuweisen. Die Einhaltung regulatorischer Vorschriften und die Wirksamkeit der Schulungen werden zusätzlich durch regelmäßige Auswertungen und Kontrollen überprüft. Das Angebot zu den freiwilligen Schulungen wurde im Berichtsjahr ebenfalls genutzt, z. B. haben im Berichtsjahr etwa 3.800 Mitarbeitende an einem KI-Schulungsprogramm teilgenommen. Zudem wurden von unseren Mitarbeitenden etwa 1.300 LinkedIn-Lizenzen für das digitale Lernangebot aktiv genutzt.

Derzeit haben wir keine spezifischen Maßnahmen zu relevanten Themen wie Gleichstellung der Geschlechter und gleicher Lohn für gleiche Arbeit definiert. Dies ist auf den laufenden Aufbau entsprechender Programme und Initiativen zurückzuführen. Wir arbeiten aktiv daran, bestehende Lücken im Rahmen unseres globalen „Global Social Sustainability“-Programms zu schließen.

Ziele im Zusammenhang mit den Arbeitskräften des Unternehmens

Die Festlegung unserer Ziele im Zusammenhang mit Arbeitskräften erfolgt in enger Abstimmung mit relevanten internen Stakeholder*innen, einschließlich Mitarbeitenden und Arbeitnehmer*innenvertretungen. Dabei beziehen wir deren Perspektiven sowohl in die Zieldefinition als auch in die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Maßnahmen ein. Die Fortschrittskontrolle erfolgt regelmäßig im Dialog mit den beteiligten Bereichen, wodurch Erkenntnisse und mögliche Verbesserungen frühzeitig identifiziert und in die Weiterentwicklung unserer Strategien integriert werden.

Ausgenommen von diesen Zielen ist das Joint Venture NIVEA-Kao in Japan.

Ziele in Bezug auf Arbeitsbedingungen

Consumer

Arbeitssicherheitsziel: Keine Unfälle

Ziel	Unser laufendes strategisches Ziel ist es, die Zahl der Arbeitsunfälle und arbeitsbedingten Erkrankungen sowie übermäßige physische und psychische Belastungsfaktoren auf null zu reduzieren. Mit dem Ziel wollen wir zur Umsetzung der „Safety and Health Policy“ und zur Förderung unseres Gesundheitsschutzes beitragen.
Basisjahr/-wert	jährliche Zielerreichung
Fortschritt	In den Produktions- und Logistikzentren lag unsere Gesamtrate der meldepflichtigen Unfälle („Recordable Incident Rate“ – RIR) im Berichtsjahr bei 1,7 Unfällen pro Million Arbeitsstunden. Die RIR inklusive der reinen Bürostandorte betrug 1,6. Diese Rate umfasst alle Verletzungen mit Arbeitsausfall sowie Fälle von Arbeitseinschränkungen und medizinischer Behandlung, die über die erste Hilfe hinausgehen.
Umfang	Global, Unternehmensbereichs Consumer (Produktionszentren und Büros) inklusive selbstbetriebene Logistikstandorte (exkl. Chantecaille)
Methoden und Annahmen	s. Abschnitt „ Kennzahlen für Gesundheitsschutz und Sicherheit “
Einbindung von Stakeholder*innen bei der Zielsetzung	Die Mitarbeitenden an den Produktions- und Logistikstandorten wurden über die lokalen Verantwortlichen für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (Security, Health and Environment - SHE-Abteilung) bei der Festlegung des Ziels eingebunden.
Überwachung des Ziels	Wir überwachen den Fortschritt des Ziels anhand der RIR. Diese werden jährlich nachgehalten.

Derzeit bestehen im Unternehmensbereich Consumer keine globalen Ziele zu Themen wie Arbeitszeit und Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben. Auch die Wirksamkeit der Richtlinien in Bezug auf diese Themen wird derzeit nicht nachverfolgt. Dies ist auf den laufenden Aufbau entsprechender globaler Programme und Initiativen zurückzuführen, die aktuell vor allem auf lokaler oder regionaler Ebene durchgeführt werden. So haben wir zum Beispiel umfangreiche Zielvereinbarungen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Rahmen von Betriebsvereinbarungen mit den deutschen Betriebsräten abgeschlossen. Beiersdorf gewährleistet jedoch, dass die Mindestanforderungen in diesen Bereichen gemäß den nationalen Gesetzen eingehalten werden. Es gelten standortspezifische gesetzliche und tarifliche Regelungen; die Umsetzung erfolgt somit lokal und im Einklang mit geltendem Recht und den Bedürfnissen unserer Mitarbeitenden vor Ort. Die Verantwortung hierfür liegt bei den lokalen und regionalen HR-Manager*innen.

tesa

Das Wohlergehen unserer Mitarbeitenden ist für uns von höchster Bedeutung, und wir tragen die Verantwortung, es nachhaltig zu fördern und zu bewahren. Diese Fürsorge stärkt nicht nur unsere Unternehmenskultur, sondern soll tesa auch für Talente attraktiver machen und uns vom Wettbewerb abheben. Als globales Unternehmen engagieren wir uns dafür, vergleichbare Arbeitsbedingungen zu schaffen und diese weltweit an lokale sowie nationale Gegebenheiten anzupassen.

Arbeitssicherheitsziel: Vision Zero

Ziel	Das Ziel „Vision Zero“ – also die kontinuierliche Reduktion der Arbeitsunfälle mit dem langfristigen Ziel von null Arbeitsunfällen – ist als langfristige strategische Zielsetzung bei tesa verankert. tesa strebt eine kontinuierliche Reduktion der Arbeitsunfälle mit dem langfristigen Ziel von null Arbeitsunfällen bei gleichzeitiger Maximierung von Effektivität und Effizienz an. Mit diesem strategisch verankerten „Vision Zero“-Ziel wollen wir zur Umsetzung der „tesa Policy on Occupational Safety and Health“ beitragen.
Basisjahr/-wert	jährliche Zielerreichung
Fortschritt	Bei tesa wird der Fortschritt bislang über die „Lost Time Injury Rate“ (LTIR) gemessen. Die LTIR (vormals Unfallhäufigkeitsrate AFR) ist bei tesa eine historisch etablierte Kennzahl. Für das Jahr 2025 wurde ein konkretes Zwischenziel definiert: Die LTIR sollte von 3,3 (Wert 2024) auf 3,0 Unfälle pro Million Arbeitsstunden gesenkt werden. Erreicht wurde eine LTIR von 2,1 Unfälle mit Ausfallzeit pro Million Arbeitsstunden. 2025 wurde zudem erstmals die „Total Recordable Incident Rate“ (TRIR) erhoben. Diese lag 2025 bei 3,6 Unfällen pro Million Arbeitsstunden. Ab 2026 kann somit der Fortschritt der TRIR erstmals gemessen werden. Ein Zielwert für die TRIR soll 2027 erarbeitet werden.
Umfang	Global, Unternehmensbereich tesa
Methoden und Annahmen	Durch die Zieldefinition und Messung der LTIR werden alle meldepflichtigen Arbeitsunfälle erfasst, die zu mindestens einem Tag Arbeitsausfall führen. Die Datenerhebung erfolgt standortübergreifend und standardisiert über das konzernweite SHE-Reporting sowie die „Quentic“-Software. Die Datenerfassung für die Berechnung der TRIR erfolgt über die „Quentic“-Software. Die TRIR beinhaltet alle „Lost Time Incidents“, alle „Medical Treatment Cases“, und „Restricted Work Cases“.
Einbindung von Stakeholder*innen bei der Zielsetzung	Es wurden keine Stakeholder*innen bei der Festlegung des Ziels eingebunden.
Überwachung des Ziels	Wir überwachen den Fortschritt anhand der LTIR. Diese wird jährlich erfasst. Ab 2027 werden wir zusätzlich Ziele für die TRIR definieren, um eine umfassendere Betrachtung der Unfallquote sicherzustellen.
Änderungen zum Vorjahr	Wie unter Fortschritt beschrieben, wurde 2025 erstmals die TRIR erhoben, welche zukünftig die Fortschrittsmessung des „Vision Zero“-Ziels ergänzen wird.

Derzeit hat tesa keine Ziele zu Themen wie Arbeitszeit und Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben definiert. Dies ist auf den laufenden Aufbau entsprechender Programme und Initiativen zurückzuführen. Wir arbeiten aktiv daran, diese Lücken im Rahmen eines im Oktober 2025 ausgerollten globalen Programms zur „Global Social Sustainability“ zu schließen. Daraus resultiert eine Lückenanalyse, auf deren Basis eine Strategie zur Lückenschließung definiert und in angemessenen Zeithorizonten zukünftig umgesetzt wird. tesa gewährleistet jedoch, dass die Mindestanforderungen in diesen Bereichen gemäß den nationalen Gesetzen eingehalten werden. Die Verantwortung hierfür liegt bei den lokalen und regionalen HR-Manager*innen.

Ziele in Bezug auf Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle

Consumer

Mit den nachfolgenden Zielen wollen wir zu unserer „DE&I-Roadmap“ beitragen, die Chancengleichheit im Unternehmen fördern und gleichzeitig gesetzliche Vorgaben erfüllen. Die Zielsetzung basiert auf halbjährlich erhobenen HR-Daten aus dem globalen HR-Informationssystem der Beiersdorf AG. Es wurden keine Stakeholder*innen bei der Festlegung des Ziels eingebunden.

Beiersdorf „Gender Parity Ambition“

Ziel	Unsere Zielsetzung bis 2025 sah vor, weltweit eine geschlechterparitätische Besetzung aller Führungspositionen (Managementebenen 1-4) im Verhältnis 50:50 zu erreichen.
Basisjahr/-wert	2020; im Jahr 2020 lag der Wert der geschlechterparitätischen Besetzung aller Führungspositionen (Managementebenen 1-4) weltweit bei 45,5 % zum Jahresende.
Fortschritt	Die Geschlechterparität wurde früher als geplant erreicht: Ab September 2023 waren weltweit 50,3 % der Führungspositionen mit Frauen besetzt. Zum Ende des Berichtsjahres 2025 lag der Wert weiterhin konstant bei 52,3 %.
Umfang	Global, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie
Methoden und Annahmen	Erfasst werden alle Mitarbeitenden in den Managementebenen 1-4 weltweit, unabhängig von Vertragsart oder Beschäftigungsmodell. Die Zieldefinition basiert auf einer binären Geschlechterkategorisierung (männlich/weiblich). Die Zielsetzung wurde im Einklang mit der unternehmensinternen „DE&I Roadmap“ formuliert. Es wurden keine externen Szenarien oder Prognosemodelle verwendet. Die Zielerreichung basiert auf der Annahme, dass durch gezielte Maßnahmen wie transparente Nachfolgeplanung, diverse Talentpools und Sensibilisierung von Führungskräften eine kontinuierliche Steigerung des Frauenanteils in Führungspositionen möglich ist. Bei der Umsetzung des Ziels wurden lokale rechtliche Rahmenbedingungen und kulturelle Unterschiede berücksichtigt. Die globale Zieldefinition – eine geschlechterparitätische Besetzung aller Führungspositionen weltweit – wurde jedoch unabhängig von diesen lokalen Faktoren einheitlich festgelegt.
Überwachung des Ziels	Die Kennzahlen werden halbjährlich sowohl auf globaler, regionaler wie auch auf Funktionsebene erhoben und mit dem Vorstand geteilt. HR Business Partner und Führungskräfte erarbeiten basierend auf diesen Daten konkrete Maßnahmen.

Repräsentation von Frauen in den Führungsebenen

Ziel	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 Männern im Aufsichtsrat sowie mindestens einer Frau im Vorstand. Darauf aufbauend hat sich der Aufsichtsrat für den Anteil an Frauen im Vorstand auf eine freiwillige Zielgröße von 30 % festgelegt. • Vorstand: mindestens 30 % Frauenanteil • Führungsebene 1: bis 31. Dezember 2026 mindestens 35 % Frauenanteil • Führungsebene 2: bis 31. Dezember 2026 mindestens 50 % Frauenanteil • Aufsichtsrat: mindestens 30 % Frauenanteil
Basisjahr/-wert	2022 und 2023; im Jahr 2022 lag der Frauenanteil im Vorstand bei 38 %, in der Führungsebene 1 bei 31 % und in Führungsebene 2 bei 48 %. Im Jahr 2023 lag der Frauenanteil im Aufsichtsrat bei 41,7 %.
Fortschritt	Den oben benannten Zielgrößen stehen die folgenden Ist-Werte des Frauenanteils gegenüber: • Vorstand: 50,0 % • Führungsebene 1: 42,1 % • Führungsebene 2: 48,1 % • Aufsichtsrat: 58,3 % Somit wurden drei der vier Zielgrößen bereits vorzeitig erreicht und übertroffen, was bspw. an der 2025 erreichten Geschlechterparität im Vorstand deutlich wird.
Umfang	Beiersdorf AG
Methoden und Annahmen	Die Zielsetzung basiert auf halbjährlich erhobenen Personaldaten aus dem zentralen HR-System der Beiersdorf AG. Erfasst werden alle Mitarbeitenden in den Führungsebenen unterhalb des Vorstands sowie im Vorstand und Aufsichtsrat der Beiersdorf AG in Deutschland, unabhängig von Vertragsart oder Beschäftigungsmodell. Die Definition der Führungsebenen folgt der internen Organisationsstruktur und orientiert sich strikt an den gesetzlichen Vorgaben gemäß § 76 Absatz 4 AktG sowie § 111 Absatz 5 AktG für den Aufsichtsrat und § 76 Absatz 3a AktG für den Vorstand. Die Zielgrößen wurden entsprechend den gesetzlichen Anforderungen sowie ergänzenden freiwilligen Selbstverpflichtungen des Unternehmens festgelegt. Dabei wurden keine externen Szenarien oder Prognosemodelle verwendet. Die Zielerreichung basiert auf der Annahme, dass durch gezielte Maßnahmen wie transparente Nachfolgeplanung, strukturierte Entwicklungsprogramme und Sensibilisierung von Führungskräften eine kontinuierliche Erhöhung des Frauenanteils möglich ist.
Überwachung des Ziels	Die Kennzahlen werden halbjährlich sowohl auf globaler, regionaler sowie auch auf Funktionsebene erhoben und mit dem Vorstand geteilt. HR Business Partner und Führungskräfte erarbeiten basierend auf diesen Daten konkrete Maßnahmen.

Lohnungleichheit

Ziel	Unser Ambition ist es die Zertifizierung „Universal Fair Pay Leader“ zu erreichen. Der international anerkannte Zertifizierungsprozess bietet verlässliche Orientierung im komplexen Zertifizierungsumfeld und dient als effektives Kontroll-, Steuerungs- und Kommunikationsinstrument zur Förderung von Chancengleichheit und Gleichstellung in Unternehmen und Organisationen. In Deutschland wird die Zertifizierung vom „UNIVERSAL FAIR PAY CHECK®“ vergeben.
Basisjahr/-wert	2024; für das Jahr 2024 lag der bereinigte Gehaltsunterschied („Adjusted Gender Pay Gap“) bei 0,98 % zugunsten der männlichen Mitarbeitenden. Dabei wurde die Erhebung in 50 Ländern durchgeführt und deckte rund 70 % unserer globalen Belegschaft ab.
Fortschritt	Bis 2026 möchten wir darauf hinarbeiten, den bereinigten Gehaltsunterschied („Adjusted Gender Pay Gap“) bei bis zu 1 % und den unbereinigten Gehaltsunterschied („Unadjusted Gender Pay Gap“) bei bis zu 10 % zu halten.
Umfang	Global, Unternehmensbereichs Consumer
Methoden und Annahmen	Das bereinigte geschlechtsspezifische Verdienstgefälle („Adjusted Gender Pay Gap“) beschreibt die Differenz der Vergütung zwischen weiblichen und männlichen Mitarbeitenden, nachdem objektive, legitime Einflussfaktoren berücksichtigt wurden. Im Gegensatz zum unbereinigten geschlechtsspezifischen Verdienstgefälle, das lediglich die durchschnittliche Vergütungs-differenz abbildet, fokussiert das „Adjusted Gender Pay Gap“ den Teil der Differenz, der sich nicht durch strukturelle oder funktionsbezogene Merkmale erklären lässt. Zur Berechnung der „Adjusted Gender Pay Gap“ wird ein statistisches Modell auf die Gehaltsdaten aller Mitarbeitenden angewandt. Dieses Modell prognostiziert für jede Person ein Vergütungsniveau unter Berücksichtigung verschiedener legitimer Einflussfaktoren, darunter Stellen- und Hierarchieebene, Berufserfahrung, Betriebszugehörigkeit, Führungsverantwortung, Leistungsbeurteilungen, Tätigkeitsbereich, Standort sowie kürzliche Positionswechsel wie Beförderungen oder Neueinstellungen. Das „Adjusted Gender Pay Gap“ resultiert aus dem Vergleich des modellbasierten prognostizierten Vergütungsniveaus von Frauen und Männern. Auf diese Weise wird der nicht erklärte Anteil der Vergütungs-differenz identifiziert, der nach Einbeziehung sämtlicher relevanter Einflussfaktoren verbleibt. Dieser Ansatz ermöglicht ein differenziertes Verständnis struktureller Vergütungsunterschiede und unterstützt die gezielte Identifizierung von Handlungsbedarfen im Hinblick auf Vergütungsgleichheit.
Überwachung des Ziels	Die Kennzahlen werden jährlich sowohl auf globaler, regionaler als auch auf Funktionsebene erhoben und bei unserem externen Zertifizierungspartner eingereicht. HR Business Partner und Führungskräfte erarbeiten basierend auf diesen Daten konkrete Maßnahmen zur Behebung von Ungleichheit.

Schulungen und Kompetenzentwicklung

Ziel	Mit unserem „Global DE&I Knowledge Framework“ hatten wir das Ziel, unsere Mitarbeitenden durch verschiedene Formate zum Thema Vielfalt weiterzubilden. Das Trainingsprogramm „Global DE&I Essentials Journey“ hat über ein spezielles „Train-the-Trainer“-Konzept bis zum Ende des Jahres 2025 rund 80 % unserer 3.000 globalen Führungskräfte im Rahmen der größten Lerninitiative von Beiersdorf ein nachhaltiges Fundament an DE&I-Wissen vermittelt und die inklusive Führung von Teams gestärkt.
Basisjahr/-wert	2024; im Jahr 2024 lag der Wert der geschulten Führungskräfte bei 40 % zum Jahresende.
Fortschritt	Wie in diesem Kapitel unter „Maßnahmen in Bezug auf Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle“ berichtet, haben im Berichtsjahr 85 % aller Führungskräfte weltweit am Lernprogramm „Global DE&I Essentials Journey“ teilgenommen. Das definierte Ziel wurde damit erreicht.
Umfang	Global, Unternehmensbereich Consumer, exkl. La Prairie und Chantecaille
Methoden und Annahmen	Die Auswertung basiert auf der Teilnehmendenzahl.
Überwachung des Ziels	Die Kennzahlen wurden kontinuierlich sowohl auf globaler, regionaler als auch auf Funktionsebene über die Teilnehmendenlisten der Schulungstermine erhoben.

tesa

Unser Ziel bei tesa ist es, eine Arbeitsumgebung zu schaffen, in der alle Mitarbeitenden die gleichen Chancen haben. Wir streben danach, Diversität und Inklusion gezielt zu fördern, um unsere Innovationsfähigkeit zu steigern und den Bedürfnissen unserer Kund*innen besser gerecht werden zu können.

Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen

Ziel	Als Zielwert haben wir uns vorgenommen, in der tesa SE bis Mitte 2027 auf der ersten Ebene unterhalb des Vorstands 30 % sowie auf der zweiten Ebene 35 % der Stellen mit Frauen zu besetzen.
Basisjahr/-wert	n/a
Fortschritt	Der Fortschritt wird kontinuierlich verfolgt und überprüft. Zum Ende des Berichtjahres 2025 haben wir auf der ersten Ebene unterhalb des Vorstands eine Stellenbesetzung durch Frauen von 10,0 % (2024: 7,1 %), sowie auf der zweiten Ebene von 20,7 % (2024: 22,6 %).
Umfang	tesa SE
Methoden und Annahmen	Die Erhebung dieser Zahl ist keine durch die ESRS geforderte Kennzahl und stimmt daher nicht mit den Kennzahlen zu S1-9 Diversitätsangaben überein. Das Ziel basiert auf internationalen Vorgaben zur Gleichstellung der Geschlechter, insbesondere auf den Anforderungen des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) in Deutschland sowie der EU-Richtlinie zur Förderung der Geschlechtergleichstellung (Richtlinie 2006/54/EG).
Überwachung des Ziels	Jährliche Erhebung und Analyse der Geschlechterverteilung auf den betreffenden Führungsebenen

tesa Performance Management

Ziel	Das laufende Ziel der einheitlichen Gestaltung der Mitarbeitendengespräche an allen tesa Standorten weltweit ist es, die Feedbackkultur zu stärken und eine verlässliche Gesprächskultur zu fördern. Dies soll durch einen ehrlichen und wertschätzenden Dialog zwischen Mitarbeitenden und Führungskräften erreicht werden, wobei neben dem gegenseitigen Feedback zur vergangenen Periode auch die Weiterentwicklung der Mitarbeitenden im Fokus steht. Jeder Mitarbeitende weltweit, der infrage kommt, soll auch ein Weiterentwicklungsgespräch erhalten. Mit dem Ziel wollen wir zur Umsetzung der Konzernbetriebsvereinbarung t-74 beitragen.
Basisjahr/-wert	jährliche Zielerreichung
Fortschritt	Das Ziel wird kontinuierlich verfolgt und überwacht. Im April 2025 wurde für das Geschäftsjahr 2024 eine globale Durchführungsquote von 92 % erreicht. Dies bedeutet, dass 92 % der globalen Mitarbeitenden, die für ein Feedbackgespräch infrage kamen, eines erhalten haben. Im Vorjahr lag die Durchführungsquote im Headquarter bei 79 % - die globale Durchführungsquote war zu diesem Zeitpunkt noch nicht verfügbar.
Umfang	Global, Unternehmensbereich tesa
Methoden und Annahmen	Das Ziel geht aus der Konzernbetriebsvereinbarung zum Thema eines gemeinsamen Rahmens zur Gestaltung von Mitarbeitendengesprächen hervor und basiert auf ihren Angaben. Daher inkludiert es alle Mitarbeitenden.
Überwachung des Ziels	Jährliche Erhebung und Analyse der Anzahl der Mitarbeitenden, die an einem Feedbackgespräch teilgenommen haben. Der Betrachtungszeitraum umfasst jeweils das vergangene Geschäftsjahr, wobei die Mitarbeitendengespräche für ein Geschäftsjahr (= Kalenderjahr) bis zum Ende des 1. Quartals des Folgejahres abgeschlossen werden müssen.
Änderungen zum Vorjahr	2025 wurde ein Reporting-System eingeführt, womit die Durchführungsquote nun global verfügbar ist.

Schulungen und Kompetenzentwicklung

Ziel	Unser laufendes Ziel ist es, dass alle Mitarbeitenden globale Pflichttrainings zu zentralen Compliance-Anforderungen, Strategien und Fähigkeiten absolvieren. Die Trainings sollen sicherstellen, dass alle in Frage kommenden Mitarbeitenden die Kenntnisse und Kompetenzen besitzen, um unternehmensweiten Standards und regulatorischen Anforderungen gerecht zu werden. Die Schulungen können über unseren „Learning Hub“ absolviert werden und richten sich nicht an gewerbliche Mitarbeitende. Zu den Pflichttrainings gehören: • „Anti-Corruption“: Sensibilisierung für und Prävention von Korruption • „Antitrust Compliance“: Förderung eines wettbewerbskonformen Verhaltens • „Code of Conduct“: Vermittlung von Verhaltensstandards und Unternehmenswerten • „Cyber Security“: Stärkung des Bewusstseins für IT-Sicherheit und Schutz vor Cyber-Bedrohungen • „Data Protection“: Sicherstellung des Verständnisses für den Umgang mit personenbezogenen Daten • „Global Procurement“: Schulung zu Beschaffungsrichtlinien und -prozessen • „Sustainability Program“: Förderung von Wissen und Engagement im Bereich Nachhaltigkeit • „PME@tesa“: Entwicklung von Projektmanagementfähigkeiten
Basisjahr/-wert	jährliche Zielerreichung
Fortschritt	Die Kennzahlen werden kontinuierlich sowohl auf globaler als auch regionaler Ebene über die Teilnahmelisten der Schulungen erhoben. Zum Ende des Berichtsjahres wurden die folgenden Teilnahmequoten an den verpflichtenden Trainings erreicht: • „Anti-Corruption“: 99,8 % • „Antitrust Compliance“: 99,9 % • „Code of Conduct“: 96,0 % • „Cyber Security“: 98,1 % • „Data Protection“: 99,4 % • „Global Procurement“: 97,6 % • „Sustainability Program“: 98,5 % • „PME@tesa“: 96,7 %
Umfang	Global, Unternehmensbereich tesa
Methoden und Annahmen	Die Durchführung der Schulungen wird über die Plattform „Learning Hub“ verfolgt und die Erfüllungsquoten werden generiert.
Überwachung des Ziels	Das Ziel wird durch die Analyse der Teilnahmequoten überwacht.
Änderungen zum Vorjahr	2025 fand das Rollout für die Trainings „Antitrust Compliance“, „Anti-Corruption“ und „Data Protection“ statt.

Derzeit hat tesa noch keine Ziele zum Thema gleicher Lohn für gleiche Arbeit definiert. Dies ist auf den laufenden Aufbau entsprechender Programme und Initiativen zurückzuführen. Wir arbeiten aktiv daran, diese Lücken im Rahmen eines weltweiten „Global Social Sustainability“-Programms zu schließen, um diese Angaben künftig in unsere Berichterstattung aufnehmen zu können. Das Programm wurde im Berichtszeitraum erfolgreich eingeführt und wir haben im Anschluss begonnen, bestehende Lücken zu identifizieren. tesa gewährleistet jedoch, dass die Mindestanforderungen in diesen Bereichen gemäß den nationalen Gesetzen eingehalten werden. Die Verantwortung hierfür liegt bei den lokalen und regionalen HR-Manager*innen.

Kennzahlen im Zusammenhang mit den Arbeitskräften des Unternehmens

Merkmale der Arbeitnehmenden des Unternehmens

Die Erhebung der Gesamtzahl der eigenen Mitarbeitenden nach Geschlecht erfolgt weltweit über das konzernweite HR-Informationssystem. Die Auswertung bezieht sich auf den Stichtag zum Ende des Berichtszeitraums und basiert auf der „Anzahl Mitarbeitende“. Sofern nicht anders ausgewiesen, geben wir mit der „Anzahl Mitarbeitende“ die tatsächliche Anzahl unserer Mitarbeitenden in Personen (Headcount) an. Der zugrunde gelegte Arbeitnehmerbegriff entspricht den deutschen Rechtsvorschriften.

Die Fluktuationsrate berechnen wir, indem wir die Anzahl der Mitarbeitenden, die das Unternehmen im Berichtszeitraum verlassen haben, durch die Anzahl der Mitarbeitenden am Ende des Berichtszeitraums teilen und das Ergebnis anschließend mit 100 multiplizieren.

Für die Angabe der Aufschlüsselung nach Vertragsart ist die Anzahl befristeter Verträge vor allem auf projektbezogene Tätigkeiten und saisonale Anforderungen zurückzuführen, bei denen zunächst ein befristeter Vertrag angeboten wird. Befristete Beschäftigung wird bei uns nicht als strukturelle Reaktion auf Unsicherheit verstanden, sondern als flexibles Instrument zur Personalplanung und Entwicklung. Auch Teilzeitbeschäftigung wird bei uns als positives und freiwilliges Arbeitsmodell betrachtet, das Mitarbeitenden ermöglicht, ihre beruflichen Aufgaben mit individuellen Lebenssituationen zu vereinbaren – insbesondere im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Weiterbildung oder persönliche Entwicklungsphasen.

Im vorliegenden Bericht verzichten wir für die Kennzahlen zu den Merkmalen der Arbeitnehmenden auf die Verwendung von Schätzungen. Sämtliche Angaben beruhen auf tatsächlich erhobenen und dokumentierten Daten.

Die Gesamtzahl der Mitarbeitenden Konzern sowie der Anteil nach Regionen wird im Konzernabschluss unter „[Regionale Berichterstattung](#)“ ausgewiesen. Die Aufteilung nach Ländern, deren Anteil an der Gesamtbelegschaft über 10 % liegt, wird im Lagebericht unter „[Geschäft und Strategie](#)“ dargestellt.

„Anzahl Mitarbeitende“ (Headcount)

	Einheit	Consumer	tesa	Konzern
Männlich	Personenzahl	7.661	3.435	11.096
Weiblich	Personenzahl	9.420	1.881	11.301
Sonstige	Personenzahl	2	–	2
Gesamtzahl	Personenzahl	17.083	5.316	22.399

Fluktuation

	Einheit	Consumer	tesa	Konzern
Anzahl Arbeitnehmende, die das Unternehmen verlassen haben	Personenzahl	2.511	630	3.141
Fluktuationsrate	%	15	12	14

Arbeitnehmende nach Art des Vertrags & Geschlecht

	Einheit	Männlich			Weiblich			Sonstige			Konzern
		Consumer	tesa	Gesamt	Consumer	tesa	Gesamt	Consumer	tesa	Gesamt	
Arbeitnehmende	Personenzahl	7.661	3.435	11.096	9.420	1.881	11.301	2	–	2	22.399
Arbeitnehmende mit unbefristeten Arbeitsverträgen	Personenzahl	7.075	2.941	10.016	8.703	1.585	10.288	1	–	1	20.305
Arbeitnehmende mit befristeten Arbeitsverträgen	Personenzahl	577	494	1.071	697	296	993	1	–	1	2.065
Abrufkräfte	Personenzahl	9	–	9	20	–	20	–	–	–	29
Vollzeitkräfte	Personenzahl	7.533	3.329	10.862	8.345	1.570	9.915	1	–	1	20.778
Teilzeitkräfte	Personenzahl	128	106	234	1.075	311	1.386	1	–	1	1.621

Diversitätskennzahlen

Die Erhebung der absoluten und prozentualen Mitarbeitendenzahl in den obersten zwei Führungsebenen erfolgt zum Stichtag des Berichtszeitraums über die jeweiligen HR-Informationssysteme der beiden Unternehmensbereiche. Die Auswertung basiert auf der „Anzahl Mitarbeitende“. Für die Berechnung orientieren wir uns an der unternehmensspezifischen Definition von „Top Management“. Diese umfasst alle Positionen innerhalb der Management-Gruppen MG 1 bis MG 3, die Mitarbeitenden-Untergruppe „Executives“ (mit Ausnahme bestimmter Sonderstufen) sowie die Leitung der Produktionszentren.

Auch die Erhebung unserer Mitarbeitenden nach Altersgruppen erfolgt über das HR-Informationssystem auf Basis der „Anzahl Mitarbeitende“. Für die Berechnung des Alters und die Zuordnung zu den vorgegebenen Altersgruppen wird das Geburtsdatum herangezogen.

Geschlechterverteilung auf den obersten zwei Führungsebenen

	Einheit	Consumer	tesa	Konzern
Anzahl der weiblichen Angestellten auf den zwei obersten Führungsebenen	Personenzahl	200	23	223
Prozentsatz der weiblichen Angestellten auf den zwei obersten Führungsebenen	%	46,7	16,4	39,3
Anzahl der männlichen Angestellten auf den zwei obersten Führungsebenen	Personenzahl	228	117	345
Prozentsatz der männlichen Angestellten auf den zwei obersten Führungsebenen	%	53,3	83,6	60,7

Altersverteilung

	Einheit	Consumer	tesa	Konzern
Anzahl der Angestellten unter 30 Jahren	Personenzahl	2.772	638	3.410
Prozentsatz der Angestellten unter 30 Jahren	%	16,2	12,0	15,2
Anzahl der Angestellten zwischen 30 und 50 Jahren	Personenzahl	11.410	3.492	14.902
Prozentsatz der Angestellten zwischen 30 und 50 Jahren	%	66,8	65,7	66,5
Anzahl der Angestellten über 50 Jahren	Personenzahl	2.901	1.186	4.087
Prozentsatz der Angestellten über 50 Jahren	%	17,0	22,3	18,2

Kennzahlen für Gesundheitsschutz und Sicherheit

Für den Unternehmensbereich Consumer werden die Unfallraten und Arbeitsstunden für die Produktions- und Logistikstandorte über das Sicherheitsmanagementsystem „Quentic“ monatlich ausgewertet; die meldepflichtigen Unfälle werden direkt beim Unfallereignis erfasst. Für die Bürostandorte erfassen wir die Unfälle und Arbeitsstunden jährlich. Dabei unterliegen die Arbeitsstunden einer Schätzung basierend auf vertraglichen Arbeitsstunden je Vollzeitäquivalent. Die Datenerfassung schließt Praktikant*innen mit ein. Die Gesellschaft Chantecaille ist nicht in den Zahlen eingeschlossen. Die Kalkulation der prozentualen Abdeckung der Arbeitskräfte beruht auf der „Anzahl Mitarbeitende“. Die Unsicherheit in der Datenerfassung betrifft im Wesentlichen die zugrunde liegenden Arbeitsstunden und Unfallerhebungen in unseren Bürostandorten. Die unfallbezogenen Daten werden im Rahmen unserer Audits an den Standorten überprüft, jedoch nicht durch eine weitere externe Stelle validiert.

Auch für den Unternehmensbereich tesa werden alle Schadensereignisse seit 2025 in „Quentic“ erfasst, um u. a. die Vergleichbarkeit der Kennzahlen zwischen den Unternehmensbereichen Consumer und tesa sicherzustellen. Die Datenerhebung zur Berechnung der LTIR sowie die Berechnung der zugrunde liegenden Arbeitsstunden erfolgen in der „SoFi“ Datenbank. Die Arbeitsstunden basieren auf einer Berechnung der gemittelten vertraglichen Arbeitszeit je Vollzeitäquivalent. Eine Auswertung des Unfallgeschehens erfolgt für die Produktionsstandorte auf monatlicher Basis. Für die Bürostandorte

werden die Unfälle und Arbeitsstunden jährlich erfasst. Die Kalkulation der prozentualen Abdeckung der Arbeitskräfte beruht auf der Anzahl der Mitarbeitenden. Die Unsicherheit in der Datenerfassung betrifft im Wesentlichen die zugrunde liegenden Arbeitsstunden sowie fehlerhaften Unfallerfassungen.

Gesundheitsschutz & Sicherheit

	Einheit	Consumer	tesa	Konzern
Prozentsatz der Personen unter den Arbeitskräften des Unternehmens, die vom Managementsystem für Gesundheit und Sicherheit des Unternehmens abgedeckt sind	%	27	61	35
Zahl der Todesfälle durch arbeitsbedingte Verletzungen	Anzahl	–	–	–
Zahl der Todesfälle durch arbeitsbedingte Erkrankungen	Anzahl	–	–	–
Zahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle	Anzahl	57	34	91
Quote der meldepflichtigen Arbeitsunfälle	Anzahl/Mio. Arbeitsstunden	1,7	3,6	2,1

Vergütungskennzahlen

Zur Analyse des geschlechtsspezifischen Verdienstgefälles und des Verhältnisses der jährlichen Zielvergütung der höchstbezahlten Einzelperson zum Median der jährlichen Zielvergütung aller Arbeitnehmenden wurden die Vergütungsdaten aller Mitarbeitenden (Headcount) der Beiersdorf-Gruppe verwendet. Das Joint Venture NIVEA-Kao in Japan ist von diesen Kennzahlen ausgenommen.

Die Datenerhebung erfolgt über eine weltweit koordinierte Abfrage, bei der die Vergütungsinformationen unserer Mitarbeitenden erhoben werden. Die Berechnung für beide Kennzahlen erfolgt auf Basis der jährlichen Brutto-Zielvergütung, die das Grundgehalt, Zulagen sowie kurz- und langfristige variable Vergütungsbestandteile umfasst. Teilzeittätigkeiten werden dabei auf Vollzeitäquivalenz hochgerechnet. Für das Berichtsjahr 2025 wurden für den Unternehmensbereich Consumer die Zielgehälter 2025 genutzt, die nach der Bekanntgabe des Unternehmensbonus im April 2025 vorlagen; der hierfür verwendete Headcount bezieht sich ebenfalls auf April. Für den Unternehmensbereich tesa wurden die Zielgehälter des Monats Oktober 2025 zugrunde gelegt; der hierfür verwendete Headcount bezieht sich ebenfalls auf Oktober.

Das prozentuale unbereinigte geschlechtsspezifische Verdienstgefälle ergibt sich aus der Differenz zwischen dem durchschnittlichen Bruttoverdienst weiblicher und männlicher Mitarbeitender, dividiert durch den durchschnittlichen Bruttoverdienst der männlichen Mitarbeitenden. Faktoren wie Position, Berufserfahrung und Ausbildung bleiben dabei unberücksichtigt.

Für das Jahr 2025 ergibt sich ein unbereinigtes geschlechtsspezifisches Verdienstgefälle von 0,02 %.

Geschlechtsspezifischer Gehaltsunterschied (unbereinigt) in %

Consumer	tesa	Konzern
-5,42	10,27	0,02

Für die Berechnung des Verhältnisses der jährlichen Zielvergütung der am höchsten bezahlten Einzelperson zum Median der jährlichen Zielvergütung aller Arbeitnehmenden bestimmen wir den Medianwert aus der jährlichen Zielvergütung aller Mitarbeitenden. Von diesem Wert ausgenommen ist die Person mit der höchsten Zielvergütung. Das Verhältnis der jährlichen Zielvergütung ergibt sich anschließend aus der Division der jährlichen Zielvergütung der am höchstbezahlten Person mit dem Median der jährlichen Zielvergütung der Mitarbeitenden.

Das Verhältnis der jährlichen Zielvergütung der am höchsten bezahlten Einzelperson zum Median der jährlichen Zielvergütung aller Arbeitnehmenden lag für das Jahr 2025 bei 125,83.

Verhältnis zwischen der Vergütung der höchstbezahlten Einzelperson und dem Median der Vergütung aller Arbeitnehmenden

Consumer	tesa	Gesamt
132,54	108,55	125,83

ESRS S2 – Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Im Rahmen unserer [Wesentlichkeitsanalyse](#) haben wir folgende negativen Auswirkungen auf die Arbeitskräfte in unserer vorgelagerten Wertschöpfungskette identifiziert.

IRO	Beschreibung	Wertschöpfungs- kette	Zeit- horizont
Arbeitsbedingungen (Arbeitsschutz, Arbeitszeit, Angemessene Entlohnung, Vereinigungsfreiheit, Tarifverhandlungen); Gleichbehandlung und Chancengleichheit für alle (Maßnahmen gegen Gewalt und Belästigung am Arbeitsplatz); Sonstige arbeitsbezogene Rechte (Kinderarbeit, Zwangsarbeit)			
–	Die Geschäftsaktivitäten in den Lieferketten unserer weltweiten Tätigkeiten sind in verschiedenen Sektoren, z. B. landwirtschaftlichen Erzeugnissen, mit einem hohen Druck auf die Arbeitskräfte verbunden. Dies kann indirekt zu schwierigen Arbeitsbedingungen beitragen, insbesondere in den unteren Bereichen der risikoreichen Lieferketten, wie der Produktion von Rohstoffen auf der Basis von Palmöl oder Naturkautschuk. Negative Auswirkungen können unzureichende Arbeitsschutzmaßnahmen, Verstöße gegen Arbeitszeit- und Lohnbestimmungen, die Unterdrückung der Vereinigungsfreiheit sowie Diskriminierung am Arbeitsplatz oder Kinder- und Zwangsarbeit sein.	Vorgelagert	

Aufgrund unseres globalen Bezugs von Materialien und Dienstleistungen können insbesondere die folgenden Gruppen von wesentlichen Auswirkungen betroffen sein:

- Arbeitskräfte von Unterauftragnehmern, die ihre Tätigkeit in Beiersdorf Produktionsstätten verrichten, ohne direkt bei Beiersdorf angestellt zu sein;
- Arbeitskräfte direkter Geschäftspartner in produzierenden Industrien wie der Verpackungsmittelindustrie oder in Dienstleistungsgewerben;
- Arbeitskräfte in Tätigkeiten arbeitsintensiver Dienstleistungen wie im Bereich Value Added Services (VAS), d. h. zusätzliche Dienstleistungen, die über die reine Produktbereitstellung hinausgehen und die Markenpräsenz stärken;
- Arbeitskräfte in der vorgelagerten Lieferkette in der Rohstoffgewinnung, beispielsweise der Palmöl- oder Naturkautschukindustrie.

Die von uns identifizierten negativen Auswirkungen auf Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette können sowohl systemisch als auch in Einzelfällen auftreten, z. B. in Ländern mit schwachen oder mangelnden Menschenrechtsstandards oder durch Fehlverhalten einzelner Geschäftspartner. Geschäftsspezifische Risiken identifizieren wir jährlich in einer Risikoanalyse auf Basis internationaler Indizes und Informationsquellen. Zusätzlich führen wir ein Risikoprofiling beschaffungsrelevanter Geschäftspartner durch, indem wir eine externe Software wie „EcoVadis IQ“ einsetzen und unsere eigenen Beschaffungsdaten ergänzen. Dies ermöglicht eine Priorisierung und eine gezielte Maßnahmenplanung.

Überdies hat der Unternehmensbereich Consumer im Rahmen einer Risikoanalyse für die Beschaffungskategorien unserer nachwachsenden Materialien festgelegt, welche kritischen Warengruppen einer gesonderten Betrachtung unterzogen werden müssen.

Richtlinien im Zusammenhang mit Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette

Verantwortungsvolle Beschaffung definieren wir als eine Lieferkette, in der Gesetze eingehalten, Menschenrechte geachtet, natürliche Ökosysteme geschützt, Klimaeffekte gemindert und positive Entwicklungen in den Herkunftsländern unserer Materialien und Dienstleistungen gefördert werden. Faire Arbeitsbedingungen und die Achtung der Menschenrechte haben dabei besondere Priorität.

Wir wollen diesen Anspruch mithilfe unserer Unternehmensrichtlinien in die Tat umsetzen. Sie basieren auf geltender Gesetzgebung und internationalen Standards wie der „Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte“ der Vereinten Nationen (UN), dem Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), den „Leitsätzen für multinationale Unternehmen“ der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), den zehn Prinzipien des „United Nations Global Compact“ (UNGC) und der „Agenda 2030 für eine nachhaltige Entwicklung“ der UN. Hinzu kommen landesspezifische Regelungen und offizielle behördliche Anforderungen.

Code of Conduct for Business Partners (Consumer)

Inhalt	Mit dem „Code of Conduct for Business Partners“ (CoCB) adressieren wir im Unternehmensbereich Consumer die als wesentlich identifizierten negativen Auswirkungen auf Arbeitskräfte in unserer Wertschöpfungskette sowie die wesentlichen negativen Auswirkungen im Zusammenhang mit Luft- und Wasserverschmutzung. Der CoCB bezieht sich grundsätzlich auf vier kritische Einflussbereiche: • Menschenrechte und Arbeitsstandards • Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz • Unternehmensintegrität • Umweltschutz Der CoCB verpflichtet unsere Geschäftspartner dazu, Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Menschenhandel, Diskriminierung, Einschränkungen der Versammlungsfreiheit sowie Verstöße gegen umweltrechtliche und arbeitssicherheitsrechtliche Vorgaben zu unterbinden. Auch die Bereitstellung von Beschwerdemechanismen ist Bestandteil des CoCB.
Anwendungsbereich	Die Unterzeichnung des CoCB ist für unmittelbare Geschäftspartner mit einem jährlichen Geschäftsvolumen von über 25.000 € verpflichtend. Zusätzlich enthält das Dokument die Anforderung an Geschäftspartner, die Inhalte des CoCB an vorgelagerte Geschäftspartner, unabhängig von Industrie und Region, weiterzugeben. Dadurch sollen auch Arbeitskräfte in prekären Beschaffungsverhältnissen, beispielsweise aufgrund von Unterbeauftragung, gleichermaßen geschützt werden.
Verantwortlichkeit	Der CoCB wird vom Vice President Sustainability (zugleich Human Rights Officer) und von der Vice President Procurement verantwortet.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Bei der Überarbeitung des CoCB haben wir uns am Best-Practice-Leitfaden der Multi-Stakeholder-Initiative für verantwortungsvolle Beschaffung „AIM-Progress“ orientiert. Damit konnten Interessen von Stakeholder*innen angemessen in die Richtlinie einbezogen werden.
Verfügbarkeit	Die Richtlinie ist öffentlich über unsere Website verfügbar.

Grundsaterklärung zur Achtung der Menschenrechte (Consumer)

Inhalt	Die „Grundsaterklärung zur Achtung der Menschenrechte“ bezieht sich u. a. auf verantwortungsvolle Beschaffungsstrategien, um zur Sicherheit und Gesundheit von Arbeitskräften sowie zu einer intakten Umwelt entlang der Wertschöpfungskette beizutragen. Sie enthält explizit das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit sowie das Verbot von Menschenhandel. Zudem erläutert sie unseren Ansatz zum Schutz der Menschenrechte in den folgenden Themenbereichen: • Einrichtung eines Risikomanagements (inkl. jährlicher Risikoanalyse und Beschreibung der prioritären Risiken) • Verankerung von Präventionsmaßnahmen im eigenen Geschäftsbereich, bei unmittelbaren Zulieferern und ggf. mittelbaren Zulieferern und deren Wirksamkeitsüberprüfung • Abhilfemaßnahmen im eigenen Geschäftsbereich, bei unmittelbaren Zulieferern und ggf. mittelbaren Zulieferern • Beschreibung von menschenrechtlichen und umweltbezogenen Erwartungen an eigene Beschäftigte und Zulieferer • Bereitstellung eines Beschwerdemechanismus Damit adressiert die Grundsaterklärung die wesentlichen Auswirkungen im Zusammenhang mit den Arbeitskräften in unserer Wertschöpfungskette sowie die wesentlichen Themen Vereinigungsfreiheit/Tarifverhandlungen, Gesundheitsschutz und Sicherheit sowie Diversität in Bezug auf unsere eigenen Arbeitskräfte.
Anwendungsbereich	Die Grundsaterklärung ist sowohl für unsere Mitarbeitenden als auch für Mitarbeitende unserer Geschäftspartner gültig.
Verantwortlichkeit	Der Vice President Sustainability ist für die Aktualität der Inhalte sowie die Umsetzung verantwortlich.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Interessen von Stakeholder*innen wurden bei der Erstellung der Grundsaterklärung nicht berücksichtigt.
Verfügbarkeit	Die Grundsaterklärung ist öffentlich über unsere Website verfügbar.

Responsible Sourcing Policy (Consumer)

Themenbezogener Inhalt	Die „Responsible Sourcing Policy“ des Unternehmensbereichs Consumer enthält unsere eigene Verpflichtung sowie die Anforderung an unsere Geschäftspartner, internationale, nationale und lokale Menschenrechtsgesetze und -vorschriften einzuhalten.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung der „Responsible Sourcing Policy“ ist im Kapitel „ESRS S3 – Betroffene Gemeinschaften“ zu finden.

Code of Conduct for Suppliers (tesa)

Inhalt	Der „Code of Conduct for Suppliers“ (CoCS) von tesa adressiert alle als wesentlich identifizierten negativen Auswirkungen auf Arbeitskräfte in unserer Wertschöpfungskette sowie die wesentlichen vorgelagerten negativen Auswirkungen auf Luft- und Wasserverschmutzung. Er bildet die Grundlage für Lieferantenbeziehungen und Aktivitäten bei der Beschaffung von Waren und Dienstleistungen und verfolgt das Ziel, positive Auswirkungen auf Menschen, Gesellschaft und Umwelt zu erreichen. Der CoCS fokussiert sich auf fünf kritische Bereiche: • Unternehmensintegrität • Menschenrechte und Arbeitsstandards • Arbeitssicherheit • Umweltschutz • Beschwerdeverfahren Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Diskriminierung, Einschränkungen der Versammlungsfreiheit, Verstöße gegen Arbeitszeiten- und Lohnbestimmungen sowie Verstöße gegen umweltrechtliche und arbeitssicherheitsrechtliche Vorgaben werden nicht geduldet. Das Thema Menschenhandel ist nicht darin aufgenommen.
Anwendungsbereich	Der CoCS verpflichtet alle Lieferanten von tesa, unabhängig vom eingekauften Geschäftsvolumen, zur Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte sowie zur Einhaltung relevanter Richtlinien und Standards. Gleichzeitig sind die Lieferanten dazu angehalten, die Vorgaben des CoCS an ihre eigenen Lieferanten weiterzugeben. Damit sollen auch Arbeitskräfte in potentiell prekären Beschaffungsverhältnissen, wie beispielsweise durch Unterbeauftragung, durch dieselbe Richtlinie geschützt werden.
Verantwortlichkeit	Bei tesa begleiten der Chief Sustainability Officer (gleichzeitig Human Rights Officer) und der Vice President Global Procurement die Umsetzung des CoCS.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Interessen von Stakeholder*innen haben wir durch Einbeziehung interner nachhaltigkeitsrelevanter Funktionen, wie Einkauf und Corporate Sustainability, berücksichtigt.
Verfügbarkeit	Der CoCS wird allen Stakeholder*innen über die Website von tesa zugänglich gemacht und vor Vertragsabschluss an Geschäftspartner gesendet.

Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte (tesa)

Inhalt	Die „Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte“ von tesa erläutert unseren Ansatz zum Schutz der Menschenrechte und zur Achtung von Umweltstandards. Auch die Bereitstellung eines Beschwerdeverfahrens wird in der Grundsatzerklärung behandelt. Mit ihr verpflichtet sich tesa im eigenen Geschäftsbereich und gegenüber seinen Geschäftspartnern dazu, die Menschenrechte zu stärken sowie Menschenrechtsverletzungen vorzubeugen. Sie adressiert die wesentlichen negativen Auswirkungen auf die Arbeitskräfte entlang unserer Wertschöpfungskette sowie die wesentlichen Themen Vereinigungsfreiheit/Tarifverhandlungen, Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit, Arbeitsbedingungen und dabei insbesondere Arbeitszeit sowie gleicher Lohn für gleiche Arbeit in Bezug auf unsere eigenen Arbeitskräfte.
Anwendungsbereich	Unsere Grundsatzerklärung gilt für alle tesa Mitarbeitenden und für Mitarbeitende unserer Geschäftspartner.
Verantwortlichkeit	Der gesamte tesa Vorstand hat die Grundsatzerklärung unterzeichnet und ist somit für ihre Umsetzung und Einhaltung verantwortlich.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Interessen von Stakeholder*innen haben wir durch die Einbeziehung interner nachhaltigkeitsrelevanter Funktionen wie Einkauf, Corporate Sustainability und Corporate Compliance berücksichtigt.
Verfügbarkeit	Die Grundsatzerklärung steht der Öffentlichkeit sowie Geschäftspartnern, unabhängig von Region oder Beschaffungskategorie, auf der Website von tesa zur Verfügung.

Verfahren zur Einbeziehung der Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette

Beiersdorf stimmt Maßnahmen zum Schutz von Arbeitskräften entlang der Wertschöpfungskette stellvertretend mit Fachorganisationen aus der Zivilgesellschaft ab. So beabsichtigen wir, die Interessen betroffener Arbeitskräfte in unseren Sorgfaltspflichtprozessen bestmöglich zu berücksichtigen. Beispiele für die Einbeziehung von Stakeholder*innen sind wie folgt:

- In unseren Feldprojekten in den Palmöl-, Sheabutter- und Kokosöl-Lieferketten des Unternehmensbereichs Consumer arbeiten wir eng mit direkten Geschäftspartnern – darunter Evonik – sowie mit NGOs wie dem WWF zusammen. Diese Kooperationen stellen sicher, dass die Maßnahmen an die lokalen Bedingungen und Bedürfnisse der Arbeitskräfte, insbesondere schutzbedürftiger Gruppen, angepasst sind.
- Seit 2020 arbeiten wir im Unternehmensbereich Consumer mit „Responsible Sourcing“-Beratungen zusammen, um die Perspektiven besonders schutzbedürftiger Gruppen in unsere Risikoanalyse einzubringen und kritische Beschaffungskategorien unserer nachwachsenden Materialien zu priorisieren.
- Durch Schulungen, die der Unternehmensbereich Consumer für kleinere Geschäftspartner mit begrenzten Ressourcen anbietet, können wir deren spezifischen Herausforderungen sowie die der dort tätigen Arbeitskräfte verstehen und gezielt Unterstützung anbieten.
- Als Mitglied im UNGC sind wir Teil eines Netzwerks aus Regierungs-, Forschungs- und zivilgesellschaftlichen Organisationen, das den privaten Sektor bei verantwortungsvollem Wirtschaften und der Wahrung der Menschenrechte unterstützt. Dabei vertreten zivilgesellschaftliche UNGC-Organisationen die Perspektiven von Arbeitskräften.
- Bei den standardisierten „Sedex Members Ethical Trade“ (SMETA)-Audits werden auch Arbeitskräfte von Geschäftspartnern und deren Unterauftragnehmern befragt, um sicherzustellen, dass Arbeitsrechte bekannt sind, Versammlungsfreiheit gewahrt bleibt und Verstöße geschützt gemeldet werden können. Auffälligkeiten führen zu vereinbarten Korrekturmaßnahmen.

Kanäle, über die die Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette Bedenken äußern können

Beiersdorf bietet verschiedene Kanäle an, über die interne und externe Personen Compliance-Verstöße, einschließlich Menschenrechtsverletzungen, melden können. Dazu gehören die Hinweisgebersysteme „Speak up. We care.“ (Consumer) und „Your voice. Our bond“ (tesa) (siehe Kapitel „[ESRS G1 - Unternehmensführung](#)“). Mitarbeitende und Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette können über diese Systeme geschützt, sicher und – soweit rechtlich möglich – anonym Verstöße melden. Im Unternehmensbereich Consumer bearbeiten der Human Rights Officer und die Leitung Sustainability Strategy & Reporting die Hinweise; im Unternehmensbereich tesa sind dies der Compliance Manager Legal Affairs und der Head of Sustainable Procurement.

Im Berichtsjahr ist folgende Meldung im Bereich Menschenrechte von Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette bei einem unserer Geschäftspartner über das Hinweisgebersystem „Speak up. We care.“ eingegangen. Der Vorwurf war eine Überschreitung der gesetzlichen Arbeitszeiten und Entlohnung unterhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Rahmenbedingungen. Der Vorwurf wurde intern und extern untersucht und auditiert. Die Untersuchung bestätigte den Vorwurf nicht. Im Unternehmensbereich tesa ist keine Meldung über das Hinweisgebersystem „Your voice. Our bond.“ eingegangen.

Zusätzlich bietet der Unternehmensbereich Consumer eine E-Mail-Adresse für Hinweise an: incidents_cases@beiersdorf.com. Sowohl diese E-Mail-Adresse als auch die jeweiligen Hinweisgeberplattformen werden über den CoCB/CoCS entlang der Wertschöpfungskette bekannt gemacht. Geschäftspartner müssen durch Unterschrift des CoCB/CoCS bestätigen, dass die angebotenen Meldekanäle im eigenen Unternehmen kommuniziert werden oder dass das Unternehmen eigene Meldekanäle zur Verfügung stellt. Außerdem soll ein kostenfrei angebotenes Training für Geschäftspartner die Bedeutung von Hinweisgebermechanismen für Arbeitskräfte entlang der Wertschöpfungskette unterstreichen.

Zuletzt versuchen wir für komplexe Risikolieferketten, wie der für Palmöl im Unternehmensbereich Consumer, eng mit unmittelbaren Rohstofflieferanten und anderen Akteuren zusammenzuarbeiten.

Über Multi-Stakeholder-Initiativen wie den „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO) oder die „Action for Sustainable Derivatives“ (ASD) (siehe Kapitel [„ESRS S3 – Betroffene Gemeinschaften“](#)) gehen wir bekannt gewordenen Hinweisen gemeinschaftlich nach, prüfen diese auf ihren Wahrheitsgehalt und legen anschließend im Verbund geeignete Maßnahmen fest. Für getroffene Abhilfemaßnahmen wird keine Wirksamkeitsprüfung durchgeführt.

tesa hat im Einklang mit dem unternehmensweiten Nachhaltigkeitsziel „Source Responsibly“ zusätzlich zum „EcoVadis IQ“-Risikoprofiling einen mehrstufigen Transparenzprozess entwickelt. Dieser Prozess ermöglicht eine systematische Erfassung und Bewertung der gesamten Lieferkette, insbesondere für biobasierte Materialien und Hochrisiko-Lieferanten, die durch die „EcoVadis IQ“-Bewertung identifiziert wurden. Ziel des mehrstufigen Prozesses ist es, sicherzustellen, dass alle beteiligten Unternehmen innerhalb der tesa-Lieferkette konform mit unseren Anforderungen sind. Wird im Rahmen dieses Prozesses ein Risiko in der Lieferkette identifiziert, definiert tesa geeignete Maßnahmen zur Risikominderung.

Maßnahmen im Zusammenhang mit den Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette

Beiersdorf verfügt über verschiedene Prozesse und Maßnahmen, die verhindern sollen, dass negative Auswirkungen auf Arbeitskräfte entlang der Wertschöpfungskette entstehen. Grundlagen für die Maßnahmen bilden der CoCB (Consumer) und der CoCS (tesa) sowie das „EcoVadis IQ“-Risikoprofiling. Darüber hinaus bestehen in den Unternehmensbereichen Consumer und tesa weitere Maßnahmen, die in den eigenen Geschäftsbereichen ein verantwortungsvolles Lieferantenmanagement fördern und so negativen Auswirkungen bei unseren unmittelbaren Geschäftspartnern vorbeugen sollen.

Die erläuterten Maßnahmen erfordern enge und funktionsübergreifende Abstimmung, bei der Verantwortlichkeiten aufgeteilt, Inhalte aber zu großen Teilen gemeinsam erarbeitet werden. Wenn Geschäftspartner wiederholt auffällig werden, diese bei der Vereinbarung von Korrekturmaßnahmen nicht kooperativ handeln oder auch schwerwiegende Verstöße wie Kinder- oder Zwangsarbeit festgestellt werden, kann die Geschäftsbeziehung überdies in Frage gestellt und gegebenenfalls beendet werden. Zusätzlich werden Best Practices aus Industrievereinigungen wie „AIM-Progress“ integriert. In dieser Initiative arbeitet der Unternehmensbereich Consumer mit mehr als 40 führenden Herstellern der „Fast-Moving Consumer Goods“-Industrie zusammen, um eine Beschaffung nach sozialen Nachhaltigkeitskriterien in der Branche gemeinschaftlich voranzutreiben. Zusätzlich ist der direkte Dialog mit Unternehmen vergleichbarer Größe oder Position ein wichtiger Beitrag, um zu verstehen, ob unsere unternommenen Maßnahmen angemessen sind.

Vor-Ort-Audits nach „SMETA“-Standard

Maßnahme	Werden Geschäftspartner in der Risikobewertung mit einem hohen Risiko eingestuft, soll die Durchführung eines Vor-Ort Audits nach dem „SMETA“-4-Säulen-Protokoll nachgewiesen werden. Diese Maßnahme hilft bei der Identifikation tatsächlich vorliegender negativer Auswirkungen auf Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette. Der „SMETA“-Standard ist ein häufig verwendetes Sozialaudit und umfasst die vier Themenblöcke Arbeitsbedingungen, Gesundheit und Sicherheit für Arbeitskräfte, Umweltbilanz und Geschäftsethik. Die Audits werden von unabhängigen, „SMETA“-akkreditierten Auditor*innen durchgeführt und über die Online-Plattform „Sedex“ verwaltet.
Umfang	Global, Konzern
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Auffälligkeiten werden mit den Verantwortlichen der Produktionsstätten diskutiert und entsprechende Korrekturmaßnahmen, inklusive Umsetzungsfrist, festgelegt. Abschließend werden getroffene Maßnahmen von den ursprünglichen Auditor*innen verifiziert. Werden Maßnahmen bestätigt, endet der Prozess. Lehnen die Auditor*innen die Maßnahmen ab, müssen die Geschäftspartner diese noch einmal überarbeiten. Durch diesen kontinuierlichen Verbesserungsprozess werden Auffälligkeiten sukzessive erkannt, dokumentiert und behoben.
Fortschritt	Zur Fortschrittmessung der Maßnahme haben wir für die Funktion Einkauf interne Kennzahlen in einer mehrjährigen Abstufung definiert. Diese werden monatlich nachverfolgt.

„EcoVadis“-Bewertungen

Maßnahme	Geschäftspartner mit mittlerem Risiko sollen eine Nachhaltigkeitsbewertung über die Online-Plattform „EcoVadis“ durchlaufen. Diese Bewertung gibt Auskunft darüber, wie wahrscheinlich das Auftreten negativer Auswirkungen ist. Die „EcoVadis“-Bewertungen, die bereits durchgeführt werden, konzentrieren sich dabei auf 21 Nachhaltigkeitskriterien, die in vier Themenbereiche unterteilt sind: Umwelt, Arbeit und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung. Die Kriterien basieren auf internationalen Nachhaltigkeitsstandards wie den zehn Prinzipien des UNGC und den Konventionen der ILO. Für eine hohe Datenqualität werden die von unseren Geschäftspartnern bereitgestellten Antworten von ausgebildeten „EcoVadis“-Analyst*innen bewertet und in eine Scorecard überführt. Um die Nachhaltigkeitsbewertungen mittels „EcoVadis“ zu standardisieren, wurde im Unternehmensbereich Consumer 2023 ein globales „Procurement Support Center“ eingerichtet. Bei tesa deckt der Bereich Sustainable Procurement dies ab.
Umfang	Global, Konzern
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Ergibt sich ein Gesamtergebnis unter einem gewissen Grenzwert, setzen wir uns mit dem Geschäftspartner in Verbindung, um vom System identifizierte und priorisierte Verbesserungsmaßnahmen umzusetzen.
Fortschritt	Zur Fortschrittsmessung der Maßnahme haben wir für die Funktion Einkauf interne Kennzahlen in einer mehrjährigen Abstufung definiert. Diese werden monatlich nachverfolgt.

E-Learning zu Menschenrechten

Maßnahme	Seit 2024 verfügen wir über ein verpflichtendes E-Learning zum Thema Menschenrechte. Damit wollen wir alle Mitarbeitenden für die Achtung von Grundrechten und Freiheiten, die jedem Menschen zustehen, sensibilisieren und sie auf Sorgfaltspflichten sowie unsere Standards und Prinzipien aufmerksam machen. Mitarbeitende können über die interne Schulungsplattform auf das E-Learning-Modul zugreifen.
Umfang	Global, exklusive Produktionsmitarbeitende, Unternehmensbereich Consumer
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	90 % der relevanten Mitarbeitenden (s. Umfang) sollen in den grundlegenden Sorgfaltspflichtenprozessen geschult werden. Außerdem soll dabei die Bedeutung des CoC unterstrichen werden.
Fortschritt	Anteil der Absolvierenden des Trainings: 88 %

E-Learning zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht im Einkauf

Maßnahme	Für Mitarbeitende im Einkauf haben wir ein optionales E-Learning-Programm mit drei Modulen entwickelt. Es soll ein klares und praktisches Verständnis der menschenrechtlichen Sorgfaltspflichtenanforderungen vermitteln. Mitarbeitende im Einkauf können über die interne Schulungsplattform auf das E-Learning-Modul zugreifen.
Umfang	Global, Unternehmensbereich Consumer
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Ziel ist ein geschärftes Bewusstsein über menschenrechtliche Sorgfaltspflichtenprozesse und deren Relevanz im Lieferantenmanagement.
Fortschritt	Der Fortschritt wird nicht gemessen.

Training für Geschäftspartner

Maßnahme	Wir unterstützen unsere Geschäftspartner durch ein kostenfreies Training auf unserer Website dabei, Prozesse für menschenrechtliche und umweltbezogene Sorgfaltspflichten zu etablieren.
Umfang	Geschäftspartner, Unternehmensbereich Consumer
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Die Trainings sollen als Orientierungshilfe Geschäftspartner dabei unterstützen, ihre menschenrechtlichen und umweltbezogenen Sorgfaltspflichten umzusetzen.
Fortschritt	Der Fortschritt wird nicht berichtet.

Sustainable-Procurement-Abteilung

Maßnahme	tesa hat Ende 2023 die Abteilung „Sustainable Procurement“ im Einkaufsbereich Global Procurement gegründet und seitdem weiterentwickelt. Des Weiteren unterstützt der „Procurement Service Hub“ die Umsetzung der Prozesse und Maßnahmen. Auch hat Global Procurement die Rolle des ESG-Experten für die Lieferkette übernommen.
Umfang	Global, Unternehmensbereich tesa
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Die Abteilung „Sustainable Procurement“ entstand mit dem Fokus auf die Entwicklung und Umsetzung einer verantwortungsvollen und lieferkettenkonformen Einkaufsstrategie. In enger Zusammenarbeit mit weiteren involvierten Abteilungen wird sichergestellt, dass alle strategischen Entscheidungen im Einklang mit unseren nachhaltigen Zielsetzungen stehen. Geschäftspartner sollen Nachhaltigkeitsaspekte in ihren eigenen Geschäftspraktiken implementieren.
Fortschritt	Im Jahr 2025 haben wir bei tesa eine mehrstufige Risikoanalyse auf Basis von „EcoVadis IQ“ entwickelt, das systematische Mapping ausgewählter Kategorien der Lieferkette vorangetrieben und die Zertifizierungsquote für Materialien wie Papier (FSC®/PEFC) und Naturkautschuk erhöhen können. Zudem wurden mehr Lieferanten in die „EcoVadis“-Bewertung einbezogen, um Transparenz und Nachhaltigkeit zu stärken.

Maßnahmen, die über den Bereich unmittelbarer Geschäftspartner hinausgehen

Die folgenden Maßnahmen gehen über den Bereich unmittelbarer Geschäftspartner hinaus und beziehen sich entsprechend auf weitere Arbeitskräfte entlang der Wertschöpfungskette.

Palmölbeschaffung

Maßnahme	In der Beschaffung von palmölbasierten Rohstoffen berücksichtigt der Unternehmensbereich Consumer Nachhaltigkeitskriterien. Dabei orientieren wir uns an Anforderungen internationaler Initiativen wie RSPO-Zertifizierungen.
Verweis	Weitere Informationen hierzu sowie zum Community-Engagement in den genannten Lieferketten werden in den Kapiteln „ESRS S3 – Betroffene Gemeinschaften“ und „ESRS E4 – Biologische Vielfalt und Ökosysteme“ genauer erläutert.

KI-basiertes Risikoscreening von „Sphera“

Maßnahme	Um frühzeitig über mögliche negative Auswirkungen in unserer Wertschöpfungskette informiert zu sein, wird kontinuierlich auf ein KI-basiertes Risikoscreening von „Sphera“ zurückgegriffen. Dieses Risikoscreening bildet die Liefernetzwerke von Beiersdorf ab und ermöglicht mit dem Scan vieler unterschiedlicher Datenquellen und Nachrichtenseiten die Überwachung dieser Netzwerke. Sobald ein identifiziertes Risiko einen Geschäftspartner, eine seiner Tochtergesellschaften oder eine im Liefernetzwerk bekannte Drittfirma betrifft, wird Beiersdorf in einem kundenspezifischen Dashboard alarmiert.
Umfang	Global, Unternehmensbereich Consumer
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Kenntnis über Vorfälle in überwachten Lieferketten.
Fortschritt	Im Berichtsjahr wurde ein Vorfall nach initialer Einordnung detailliert untersucht.

Überprüfung und Weiterentwicklung der Maßnahmen in beiden Unternehmensbereichen

Unternehmerische Entscheidungen etwa zu Fusionen und Übernahmen oder zur Umgestaltung des Produktportfolios können sich auf Arbeitskräfte entlang der Lieferkette auswirken. Beiersdorf ist sich dieses Spannungsverhältnisses bewusst und berücksichtigt es in der Gestaltung der erläuterten Maßnahmen. Insbesondere in diesem Zusammenhang, aber auch darüber hinaus, ist es für beide Unternehmensbereiche von Bedeutung, ihre Aktivitäten regelmäßig zu überprüfen.

Insgesamt bewerten wir unsere Maßnahmen rund um Arbeitskräfte in der Lieferkette als wirksam. Im Berichtsjahr kam es zu einem potenziellen Vorfall von Missachtung der Menschenrechte im Unternehmensbereich Consumer, welchen wir nach erlangter Kenntnis über unser Risikoscreening untersuchten. Eine Verbindung zu unserer Wertschöpfungskette konnte allerdings ausgeschlossen werden.

Im Unternehmensbereich tesa wurden im Berichtsjahr keine Vorfälle bekannt. Um identifizierte Vorfälle mit höchster Priorität bearbeiten zu können, stellt Beiersdorf angemessene Mittel und Ressourcen zur Verfügung. Dazu zählt beispielsweise die Teilnahme von verantwortlichen Funktionen und

Mitarbeitenden an externen Webinaren und anderen Schulungsangeboten. Im Berichtsjahr wurden zusätzliche finanzielle Ressourcen für die Automatisierung unserer Sorgfaltspflichtenprozesse bereitgestellt.

Das zugehörige Management unterstreicht die Bedeutung des Themenkomplexes zusätzlich durch regelmäßige Update-Termine sowie Kommunikation an Vorstand und Kontrollgremien.

Ziele im Zusammenhang mit Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette

Beiersdorf hat sich Ziele gesetzt, die den potenziellen negativen Auswirkungen auf Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette vorbeugen sollen. Sie unterstützen die Umsetzung unserer Richtlinien wie den CoCB (Consumer) bzw. den CoCS (tesa) und unsere Grundsatzserklärungen. Die Sichtweisen von Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette oder deren legitimer Stellvertreter*innen wurden bei der Festlegung unserer Ziele nicht berücksichtigt.

Zur Messung des Fortschritts unserer Ziele erfassen wir fortlaufend relevante Kennzahlen. Wir legen diese monatlich auf globaler Ebene der Vice President Procurement und dem Vice President Sustainability (Consumer) bzw. fortlaufend dem Head of Corporate Sustainability und dem Vice President Global Procurement (tesa) vor. Zusätzlich werden relevante Mitglieder des Vorstandes vierteljährlich informiert. Die Datengrundlage stammt aus internen Stammdaten- und Vertragsmanagementsystemen sowie aus der externen Plattform „EcoVadis IQ“.

Im Berichtsjahr wurden die Ziele der Unternehmensbereiche Consumer und tesa auf Konzernebene konsolidiert; sie gelten fortlaufend.

Abdeckung von 90 % aller Ausgaben durch unterzeichnete CoCB & CoCS

Ziel	Über 90 % der weltweiten Ausgaben von Beiersdorf sollen mit Lieferanten erfolgen, die den CoCB (Consumer) bzw. den CoCS (tesa) unterzeichnet haben. Dieses Ziel gilt unabhängig von der jeweils gültigen Version des CoCB bzw. des CoCS. Für das Berichtsjahr 2025 wurde das Ziel nicht erreicht.
Basisjahr/-wert	Jährliche Zielerreichung
Fortschritt	89,9 %
Umfang	Global, exklusive NIVEA-Kao
Methoden und Annahmen	Geschäftspartner, die unseren CoCB bzw. CoCS unterschreiben, werden mit unseren umweltbezogenen und menschenrechtlichen Anforderungen vertraut gemacht und verpflichtet sich dazu, dass diese respektiert werden und sich entsprechend keine negativen Auswirkungen auf Arbeitskräfte ergeben.

Risikobewertung 100 % aller Geschäftspartner mit Geschäftsvolumen über 50.000 €

Ziel	Im Berichtsjahr sollen möglichst alle Geschäftspartner von Beiersdorf mit einem jährlichen Geschäftsvolumen von über 50.000 € ein Risikoprofil über „EcoVadis IQ“ oder eine vergleichbare Lösung erhalten haben. Geschäftspartner unterhalb dieser Schwelle waren von dem Ziel ausgenommen. Für 2025 wurde das Ziel nicht vollständig erreicht.
Basisjahr/-wert	Jährliche Zielerreichung
Fortschritt	94,0 %
Umfang	Global, exklusive NIVEA-Kao
Methoden und Annahmen	Risikoprofile für Geschäftspartner ermöglichen die Priorisierung und entsprechend fokussierte Ausführung der weiter oben in diesem Kapitel beschriebenen Maßnahmen.

ESRS S3 – Betroffene Gemeinschaften

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Im Rahmen der [Wesentlichkeitsanalyse](#) haben wir für den Unternehmensbereich Consumer eine negative Auswirkung auf indigene Gemeinschaften identifiziert, die aus unseren Geschäftstätigkeiten und den entsprechenden Lieferketten resultiert.¹³

IRO	Beschreibung	Wertschöpfungs- kette	Zeit- horizont
Rechte indigener Völker (Freiwillige und in Kenntnis der Sachlage erteilte vorherige Zustimmung)			
–	Bei der Ausweitung von Palmölplantagen kommt es immer wieder zur Vertreibung indigener Gemeinschaften und zu Konflikten um Landrechte.	Vorgelagert (Consumer)	
 Positive Auswirkung  Negative Auswirkung  Risiko  Chance			
 Kurzfristig  Mittelfristig  Langfristig			

Als produzierendes Unternehmen der Kosmetikindustrie setzt Beiersdorf Inhaltsstoffe ein, die auf Palm(kern)öl basieren. Im Zuge unserer Nachhaltigkeitsstrategie wurde Palm(kern)öl als Hochrisikorohstoff identifiziert. Grund dafür sind u. a. negative Auswirkungen auf die Umwelt und betroffene Gemeinschaften¹⁴ in den Hauptherkunftsländern Indonesien und Malaysia. Die Ausweitung von Palmölplantagen ist immer wieder mit der Vertreibung von bestimmten Gemeinschaften und Konflikten um Landrechte verbunden. Die frühzeitige Erkennung und Minderung negativer Auswirkungen auf (indigene) Gemeinschaften ist demnach elementarer Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsagenda.

Beiersdorf hat verschiedene fest etablierte Strukturen zu Sorgfaltspflichten und Menschenrechtsvorgaben entlang der Lieferkette implementiert. Details werden im Kapitel „[ESRS S2 – Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette](#)“ erläutert. In der Strategieentwicklung werden Risiken und Auswirkungen auf betroffene Gemeinschaften bewertet und einbezogen.

Richtlinien im Zusammenhang mit betroffenen Gemeinschaften

Wir treffen strikte Vorkehrungen, um unsere Beschaffung möglichst verantwortungsbewusst auszurichten und die Menschenrechte indigener Gemeinschaften zu achten. Beiersdorf hat Mindeststandards für die Anerkennung, den Schutz und die Förderung der Rechte indigener Gemeinschaften definiert, die in den nachfolgend dargelegten Richtlinien näher beschrieben werden. Diese Standards befassen sich sowohl mit individuellen als auch mit kollektiven Rechten, mit kulturellen Rechten und Identität, mit dem Recht auf Bildung, Gesundheit, Beschäftigung, Sprache, Gleichberechtigung und der wirksamen Beteiligung an allen sie betreffenden Angelegenheiten.

Um diesen Verpflichtungen gerecht zu werden, halten wir alle direkten Geschäftspartner dazu an, unseren Unternehmensrichtlinien und den darin enthaltenen Anforderungen innerhalb ihrer eigenen Geschäftstätigkeiten sowie entlang ihrer gesamten Wertschöpfungskette nachzukommen.

Die Einbeziehung betroffener Gemeinschaften ist ein wichtiger Hebel, damit unsere menschenrechtlichen und umweltbezogenen Erwartungen entlang der Lieferketten deren kollektiven Interessen entsprechen. Gleichzeitig kann nur im engen Austausch mit allen beteiligten Akteur*innen die Einhaltung dieser Anforderungen zuverlässig geprüft werden. „Alle Akteur*innen“ beziehen sich in diesem Kontext auf Beiersdorf und unsere direkten Geschäftspartner. Der Austausch findet zwischen Beiersdorf und den direkten Lieferanten statt – mit unseren Richtlinien geben wir unsere Anforderungen

¹³ Für tesa wurden keine Auswirkungen, Chancen und Risiken in diesem Bereich identifiziert, daher bezieht sich das Kapitel „ESRS S3 – Betroffene Gemeinschaften“ ausschließlich auf den Unternehmensbereich Consumer.

¹⁴ Zu betroffenen Gemeinschaften zählen nach ESRS-Definition sowohl lokale als auch indigene Gemeinschaften an einem Endpunkt der Wertschöpfungskette (z. B. am Ort der Ernte von Rohstoffen), die häufig eng miteinander verbunden sind und daher gemeinsam betrachtet werden.

weiter in die Lieferkette und halten unsere Lieferanten dazu an, diese Anforderungen auch in ihrer vorgelagerten Lieferkette weiterzugeben. Geprüft wird dies beispielsweise durch externe Zertifizierungen, wie etwa RSPO, durch Verifizierung, wie z. B. durch die Unterstützung der Initiative „Action for Sustainable Derivatives“ (ASD), oder aber auch durch die Identifikation von Beschwerden und Verstößen. Details werden im Kapitel [„ESRS S2 – Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette“](#) erläutert.

Responsible Sourcing Policy

Inhalt	Beiersdorf bezieht und verwendet erneuerbare Rohstoffe und Verpackungsmaterialien, aus deren Anbau bzw. Herstellung sich teilweise negative Auswirkungen für betroffene Gemeinschaften ergeben. Mit unserer „Responsible Sourcing Policy“ verpflichten wir uns zur Einhaltung von Umwelt-, Sozial- und Ethikstandards sowie gesetzlichen Bestimmungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Wir möchten damit die Widerstandsfähigkeit unserer Lieferketten stärken, unsere negativen Auswirkungen auf betroffene Gemeinschaften sowie auf die Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette mindern und positive Effekte für Mensch und Umwelt fördern. Als übergeordnetes Ziel soll die Richtlinie unsere Geschäftspartner dazu anhalten, relevante Standards und geltende Gesetze einzuhalten, um die verantwortungsvolle Beschaffung in der gesamten Wertschöpfungskette zu ermöglichen. Dies umfasst u. a.: • die Einhaltung internationaler, nationaler und lokaler Gesetze/Vorschriften, • die Einhaltung der Menschenrechte für alle Personen und Gruppen entlang der Lieferkette, den Stopp von Abholzung und Umwandlung natürlicher Ökosysteme, • die Abschwächung und Minimierung der Klimaauswirkungen, und • kontinuierliche ökologische sowie soziale Verbesserungen in wichtigen Beschaffungsbereichen.
Anwendungsbereich	Die Richtlinie umfasst die Rohstoffe Palm(kern)öl und dessen Derivate, Sojaöl und Kokosnussöl, sowie Papier für Primärverpackungen. Sie gilt weltweit für alle von Beiersdorf und Drittanbietern hergestellten Produkte.
Verantwortlichkeit	Der Vice President Sustainability sowie die Vice President Procurement sind für die Umsetzung der Richtlinie verantwortlich.
Standards/Initiativen Dritter	Die „Responsible Sourcing Policy“ steht im Einklang mit relevanten internationalen Rahmenwerken, Leitlinien und Standards. Dazu zählen u. a. die Internationale Menschenrechtscharta, die Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation („International Labour Organization“ – ILO), die Leitsätze für multinationale Unternehmen der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung („Organisation for Economic Co-operation and Development“ – OECD) und die Prinzipien der freien, vorherigen und informierten Zustimmung („Free, Prior and Informed Consent“ – FPIC).
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Bei der Ausarbeitung der „Responsible Sourcing Policy“ haben wir die Interessen der Stakeholder*innen in unseren Hauptbezugsländern wie Indonesien und Malaysia in der Lieferkette von Palm(kern)öl berücksichtigt. Dafür erfolgte ein Austausch mit Vertretungen des „World Wide Fund For Nature“ (WWF). Außerdem führten wir einen Dialog zur Umsetzbarkeit der finalen Richtlinie mit strategisch wichtigen Lieferanten, darunter drei, die Beiersdorf mit palmbasierten Rohstoffen versorgen. Betroffene Gemeinschaften unserer Lieferkette waren nicht direkt involviert.
Verfügbarkeit	Die Richtlinie steht Geschäftspartnern über das Download-Center der Unternehmenswebsite zur Verfügung.

Sustainable Palm Policy

Themenbezogener Inhalt	Die „Sustainable Palm Policy“ adressiert u. a. den Schutz von Menschen- und Arbeitsrechten, das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit und die Einhaltung von Landrechten lokaler Gemeinschaften. Zusätzlich verpflichten wir uns, und halten gleichzeitig unsere Geschäftspartner an, die FPIC-Prinzipien entlang unserer gesamten Lieferkette von palmbasierten Rohstoffen (Palm- und Palmkernöl, sowie dessen Derivate) einzuhalten. Ergänzend dazu haben wir eine „Sustainable Palm Roadmap“ eingeführt. Sie konzentriert sich auf Nachhaltigkeitszertifizierungen, Transparenz in der Lieferkette und die Förderung von Transformation in den Anbauländern.
Verweis	Eine ausführliche Beschreibung der „Sustainable Palm Policy“ und „Sustainable Palm Roadmap“ ist im Kapitel „ESRS E4 – Biologische Vielfalt und Ökosysteme“ zu finden.

Verfahren zur Einbeziehung betroffener Gemeinschaften

Beiersdorf hat insbesondere auf Gemeinschaften und indigene Völker, die in den wichtigsten Herkunftsländern palmbasierter Rohstoffe leben und arbeiten, einen Einfluss – wenn auch indirekt. Grund dafür ist die vielstufige Lieferkette zwischen Beiersdorf, direkten Lieferanten sowie den Palmölmühlen und -plantagen. Zusätzlich zu den im Kapitel [„ESRS S2 – Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette“](#) beschriebenen Maßnahmen führen wir zusammen mit der Initiative ASD eine jährliche Transparenzanalyse der Lieferkette durch, um die Beschaffungsregionen bis hin zu den

Mühlen unserer palmbasierten Rohstoffe zu erfassen. Die Analyse ergab, dass über 90 % unserer palmbasierten Rohstoffe aus Indonesien und Malaysia stammen. In beiden Ländern leben verhältnismäßig viele indigene Gemeinschaften (Transparenzanalyse wurde 2025 durchgeführt, mit Volumina aus 2024).

Beiersdorf hat zwar keine strategischen Verfahren zur Einbeziehung betroffener Gemeinschaften definiert, unterstützte aber auch im Berichtsjahr gemeinsam mit dem WWF Palmöl-Kleinbäuerinnen und -Kleinbauern in den identifizierten Hauptbezugsländern. Eine detaillierte Beschreibung ist im Maßnahmen-Abschnitt dieses Kapitels zu finden.

Beiersdorf ist in Entscheidungen über die Maßnahmen eingebunden, die der WWF in beiden Ländern in enger Zusammenarbeit mit den jeweiligen Gemeinschaften in den Projektregionen umsetzt. Alle relevanten Interessengruppen wurden vor Projektstart im Rahmen eines FPIC-Prozesses konsultiert. Dabei wurden die Projektidee sowie geplante Maßnahmen mit den Kleinbäuerinnen und Kleinbauern besprochen und abgestimmt. Während der Projektumsetzung sind der WWF Indonesien und der WWF Malaysia in regelmäßigem Austausch mit den Gemeinschaften in den Projektregionen und mit weiteren relevanten Stakeholder*innen.

Der WWF unterrichtet Beiersdorf über die Projektfortschritte, eventuelle Verzögerungen und, wenn notwendig, Anpassungen der Aktivitäten. Die Wirksamkeit der Zusammenarbeit wurde und wird anhand vorab festgelegter Indikatoren gemessen; z. B. wird die Anzahl von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, die nach dem Standard des „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO) zertifiziert sind, erfasst. Das „Environmental and Social Safeguards Framework“ (ESSF) des WWF bietet einen institutionellen Mechanismus zur Bewältigung der ökologischen und sozialen Risiken der Arbeit des WWF. Es zielt darauf ab, bessere Ergebnisse beim Naturschutz zu erreichen und das soziale Wohlergehen lokaler Gemeinschaften an den Orten, an denen der WWF tätig ist, zu verbessern. Einmal jährlich wurden bzw. werden die Projektfortschritte an den Vice President Sustainability berichtet. Er ist operativ dafür verantwortlich, dass die Erkenntnisse der Projekte in die Unternehmensstrategien einfließen.

Kanäle, über die betroffene Gemeinschaften Bedenken äußern können

Wir setzen uns aktiv dafür ein, Verstößen gegen unsere Verhaltensstandards sowie negativen Einflüssen entlang unserer Lieferkette vorzubeugen oder sie zu mindern. Weitere Informationen hierzu sowie zu Beschwerdekännen finden sich in den Kapiteln „[ESRS S2 – Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette](#)“ und „[ESRS G1 – Unternehmensführung](#)“. Für Indonesien und Malaysia steht unser Beschwerdeportal auf Bahasa Indonesia zur Verfügung; die Sprache wird auch in Malaysia verstanden. Die betroffenen Gemeinschaften wurden bei der Gestaltung der Kanäle nicht direkt konsultiert. Bei eventuell auftretenden negativen Auswirkungen auf betroffene Gemeinschaften wird ein definiertes Verfahren zur Dokumentation und Prüfung von Vorfällen durch das Responsible-Sourcing-Team angewendet, sowie ein kollektives Beschwerdeverfahren in Zusammenarbeit mit der ASD in Anspruch genommen.

Maßnahmen im Zusammenhang mit betroffenen Gemeinschaften

Beiersdorf ergreift verschiedene Maßnahmen, um die benannten Verpflichtungen zu einer verantwortungsvollen Beschaffung erfüllen zu können. Damit möchten wir die Achtung der Menschenrechte, sowie den Einbezug von Interessen aller betroffenen Gemeinschaften fördern.

Zusammen mit dem Lieferanten Evonik und dem WWF haben wir im Berichtsjahr an zwei Projekten in Indonesien und Malaysia gearbeitet. Beide Projekte wurden von Beiersdorf und Evonik vorab formal genehmigt und werden durch den WWF operativ umgesetzt. Beiersdorf unterstützte das Projekt in Indonesien bis zum Projektabschluss im August 2025 finanziell. Die Förderung des Projekts in Malaysia wird aktuell weiterhin fortgeführt. Damit adressieren wir die wesentliche negative Auswirkung, die im Bereich betroffene Gemeinschaften identifiziert wurde. Speziell durch die offizielle Legalisierung und

anschließende Zertifizierung der Landflächen der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern nach dem RSPO-Standard kann negativen Effekten im Zusammenhang mit den FPIC-Prinzipien entgegengewirkt werden.

Im Berichtsjahr wurden keine schwerwiegenden Probleme oder Vorfälle im Zusammenhang mit Menschenrechten in Bezug auf die betroffenen Gemeinschaften gemeldet. Auch gab es im Berichtsjahr keine signifikant negativen Auswirkungen in den Projektdörfern, sodass keine konkreten Abhilfemaßnahmen erforderlich waren. Stattdessen wurden die präventiven Maßnahmen erfolgreich umgesetzt und weiterentwickelt. Die Wirksamkeit der Maßnahmen wird durch regelmäßigen Austausch mit den Projektverantwortlichen überprüft.

WWF-Projekt in Indonesien

Maßnahme	Im Projektgebiet in West-Kalimantan, im indonesischen Teil der Insel Borneo, kooperierte Beiersdorf mit Evonik und dem WWF in einem Projekt zur Umstellung auf die Bewirtschaftung der Ölpalmen nach RSPO-Kriterien. In der ersten Projektphase wurde der Kleinbauernverband „Asosiasi Mitra Bersama“ (AMB) gegründet. Der WWF Indonesien führte verschiedene Aktivitäten durch, um den Verband und seine Mitglieder zu unterstützen und zu begleiten. Beispielsweise wurden Schulungen durchgeführt, u. a. zu Anbaumethoden, die weniger umweltbelastend sind als konventionelle Praktiken, zu Arbeitsschutz und zu Feuerprävention. Dadurch konnten die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern Kapazitäten aufbauen, um auf ihren Plantagen die RSPO-Anforderungen zu Aspekten wie Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz, Einhaltung der Menschenrechte und ökologischen Kriterien zu berücksichtigen. Die erfolgreiche RSPO-Zertifizierung in der zweiten Projektphase belegt, dass die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern ihre Palmölplantagen im Einklang mit diesen Standards bewirtschafteten.
Umfang	Direkte Maßnahmen richteten sich an insgesamt 350 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, die für eine nachhaltige Produktion sensibilisiert und bei der RSPO-Zertifizierung unterstützt wurden.
Zeithorizont	Der Zeitraum für das gesamte Projekt erstreckte sich von September 2018 bis August 2025.
Erwartetes Ergebnis	Ziel der zweiten Projektphase war es, mindestens 200 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern von Palmölplantagen dabei zu unterstützen, ihre Landflächen nach RSPO-Standards zertifizieren zu lassen und einen direkten Marktzugang zu einer Mühle zu etablieren. Die Zertifizierung von insgesamt 201 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern wurde bereits 2024 erreicht.
Fortschritt	Es wurden alle gesetzten Ziele zum Projektabschluss erreicht.

WWF-Projekt in Malaysia

Maßnahme	In der Projektregion Tabin in Sabah, im malaysischen Teil Borneos, fördert Beiersdorf ebenfalls zusammen mit Evonik und dem WWF ein Landschaftsprojekt. Vertreter*innen des WWF führen regelmäßige Gespräche mit kleinen und mittelgroßen bäuerlichen Betrieben, um die Gemeinschaften über nachhaltigere Anbaupraktiken und die Vorteile der RSPO-Zertifizierung aufzuklären und den Zertifizierungsprozess zu begleiten. Zudem unterstützt das WWF-Team gemeinsam mit den betroffenen Gemeinschaften Maßnahmen zur Wiederherstellung ökologischer Korridore, um langfristig den Konflikt zwischen Mensch und Tier, der durch Palmölplantagen verstärkt auftritt, zu reduzieren.
Umfang	Das Projekt wird in einem Teil der Region Tabin umgesetzt und richtet sich primär an die dort lebenden Gemeinschaften mit kleinen und mittelgroßen Betrieben, die zusammen eine Anbaufläche von mehr als 15.000 Hektar einnehmen.
Zeithorizont	Der geplante Zeitraum für die Maßnahmen erstreckt sich von September 2020 bis Oktober 2026.
Erwartetes Ergebnis	Bis 2026 sollen die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in der Projektregion in nachhaltigeren Anbaupraktiken geschult und bei der RSPO-Zertifizierung unterstützt werden. Insgesamt sollen 15.000 Hektar Anbaufläche nach dem RSPO-Standard zertifiziert werden. Außerdem soll mindestens ein ökologischer Korridor bis 2026 errichtet und dauerhaft erhalten werden, um die Migration von Wildtieren zwischen verschiedenen Lebensräumen zu ermöglichen.
Fortschritt	Im Berichtsjahr wurden erstmals 1.116,76 Hektar nach dem RSPO-Standard zertifiziert. Zudem wurden 70 % der geplanten Arbeiten zum Aufbau eines ökologischen Korridors fertiggestellt.

Transparenzanalyse der Lieferkette von Palm(kern)öl

Maßnahme	Beiersdorf verfolgt das Ziel, die Herkunft seiner palmbasierten Rohstoffe in der gesamten Lieferkette bis auf die Ebene der Raffinerien, Mühlen und Plantagen nachverfolgen zu können. Um diese Transparenz zu fördern, ist Beiersdorf Gründungsmitglied der branchenübergreifenden Initiative ASD. Diese unterstützt seit 2019 die Transparenz und Nachhaltigkeit in Lieferketten für Palm(kern)öl-Derivate. Durch direkte Abfragen bei Lieferbetrieben sammelt ASD umfassende Informationen über die vorgelagerte Lieferkette, sodass größere Transparenz entlang der gesamten Lieferkette von Palm(kern)öl geschaffen wird.
Umfang	Die Transparenzanalyse erstreckt sich über die gesamte palmbasierte Rohstofflieferkette und umfasst alle direkten Lieferanten, die Beiersdorf mit palm(kern)öl-basierten Rohstoffen versorgen. Sie bezieht sämtliche Ebenen von Raffinerien über Mühlen bis zu den Plantagen ein, um eine tiefgehende Kenntnis der Lieferkettenstrukturen und -akteur*innen zu ermöglichen.
Zeithorizont	Die Transparenzanalyse der Lieferkette wird jährlich durchgeführt und basiert auf den Produktionsvolumina des Vorjahres.
Erwartetes Ergebnis	Die Initiative ASD soll eine systematische Rückverfolgung der Lieferkette für Palm- und Palmkernöl sowie dessen Derivate ermöglichen, um alle Akteur*innen bis zur Plantagenebene zu identifizieren und größere Transparenz über die gesamte Lieferkette hinweg zu schaffen. Diese Transparenz sowie die Satellitenüberwachung von Veränderungen in Ländereien in den Hauptbezugsregionen können dazu beitragen, ein tatsächliches Eintreten der für betroffene Gemeinschaften als wesentlich negativ identifizierte Auswirkung direkt zu adressieren. Durch die Identifikation der einzelnen Akteur*innen kann Beiersdorf gezielt Maßnahmen ergreifen, um Verstöße gegen Unternehmensanforderungen zum Schutz von Gemeinschaften zu beheben.
Fortschritt	Beiersdorf konnte im Berichtsjahr 97 % des Produktionsvolumens bis zur Ebene der Raffinerien, 92 % bis zu den Mühlen und 79 % bis zu den Plantagen zurückverfolgen.

Ziele im Zusammenhang mit betroffenen Gemeinschaften

Beiersdorf hat zwar keine strategischen Ziele im Zusammenhang mit betroffenen Gemeinschaften definiert, misst jedoch die Wirksamkeit und den Fortschritt seiner Maßnahmen und Projekte anhand quantitativer Indikatoren.

Ein übergeordnetes Ziel von Beiersdorf ist es, palmbasierte Rohstoffe zu 100 % RSPO-zertifiziert nach dem „Mass Balance“-Ansatz zu beziehen. Wir haben dieses Ziel bereits Ende 2020 erreicht und konnten es seitdem aufrechterhalten. Weitere Details dazu sind im Kapitel „[ESRS E4 – Biologische Vielfalt und Ökosysteme](#)“ zu finden.

ESRS S4 – Verbraucher*innen und Endnutzer*innen

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Im Rahmen der doppelten [Wesentlichkeitsanalyse](#) hat Beiersdorf folgende Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit der Gesundheit und Sicherheit von Verbraucher*innen und Endnutzer*innen identifiziert.¹⁵

IRO	Beschreibung	Wertschöpfungs- kette	Zeit- horizont
Persönliche Sicherheit von Verbraucher*innen (Gesundheitsschutz und Sicherheit)			
+	Die Produkte des Unternehmensbereichs Consumer tragen zur Vorbeugung und Behandlung von Hautkrankheiten bei Verbraucher*innen bei.	Nachgelagert (Consumer)	
-	Trotz einer ausführlichen und umfangreichen Sicherheitsbewertung aller Produkte kann es aufgrund individueller Empfindlichkeiten, unsachgemäßer Anwendung oder falscher Nutzung der Produkte zu negativen Auswirkungen auf die Gesundheit der Verbraucher*innen kommen, etwa in Form von Hautreaktionen wie irritative oder allergische Kontaktdermatitis. Dies ist nicht zu vermeiden und bestätigt auch nicht, dass eine Bewertung der Produkte unsachgemäß durchgeführt wurde.	Nachgelagert (Consumer)	
!	Der Verkauf von Produkten, die nicht sicher sind oder nicht den Qualitätskriterien entsprechen, kann Produktrückrufe und mögliche rechtliche Schritte zur Folge haben. Damit gehen finanzielle Verluste aufgrund der damit verbundenen Kosten einher. Zudem ist Rufschädigung eine mögliche Konsequenz.	Nachgelagert (Consumer)	
★	Durch die kontinuierliche Verwendung qualitativer, hochwertiger, sicherer und gesundheitsfördernder Produkte sowie die umfangreiche Entwicklung innovativer neuer Produktkonzepte kann sich Beiersdorf mit seinen Marken im Markt differenzieren, einen loyalen Kund*innenstamm aufbauen und sich als führendes Unternehmen in der gesundheitsbewussten Kosmetikindustrie positionieren.	Eigener Betrieb (Consumer)	

+ Positive Auswirkung - Negative Auswirkung ! Risiko ★ Chance
 Kurzfristig Mittelfristig Langfristig

Unsere Produkte bieten zahlreiche Vorteile für Haut- und Gesundheitspflege, die vom Schutz bis zur Verjüngung der Haut reichen. Wenn ein Produkt jedoch unseren internen Standards oder den gesetzlichen Anforderungen nicht genügt, kann es ein Risiko für den Gesundheitsschutz der Verbraucher*innen oder Endnutzer*innen darstellen. Aufgrund strenger Verfahren für die Bewertung von Rohstoffen, Formulierungen und Verpackungen beschränken sich potenzielle gesundheitsschädliche Effekte in der Regel auf individuelle Fälle von Unverträglichkeitsreaktionen der Haut. Unsere potenzielle negative und unsere tatsächliche positive Auswirkung können sowohl Verbraucher*innen direkt als auch Fachleute in ihrer Rolle als Endnutzer*innen beeinflussen, wenn sie unsere Produkte bei ihren Kund*innen anwenden.

Um die Bedürfnisse vulnerabler Verbraucher*innen und Endnutzer*innen zu verstehen und diese Gruppen zu schützen, sind unsere Produktsicherheitsbewertungen so konzipiert, dass sie alle Arten von Verbraucher*innen berücksichtigen. Dabei wird den Bedürfnissen derjenigen, die einem höheren Risiko ausgesetzt sind, besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Zusätzlich hierzu erfassen und evaluieren wir alle von Verbraucher*innen gemeldeten Nebenwirkungen, um etwaige Probleme zu identifizieren und Verbesserungen an der Produktqualität oder -sicherheit vorzunehmen.

Richtlinien im Zusammenhang mit Verbraucher*innen und Endnutzer*innen

Ein Team aus erfahrenen, hochqualifizierten Sicherheitsbewerter*innen und Regulatory-Manager*innen stellt sicher, dass wir sowohl gesetzliche als auch unsere eigenen Anforderungen an die Qualität unserer Produkte gemäß den relevanten Unternehmensrichtlinien erfüllen. Diese Richtlinien bieten einen umfassenden Rahmen, um unsere wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen in Bezug auf Verbraucher*innen und Endnutzer*innen zu bewältigen.

¹⁵ Für tesa wurden keine Auswirkungen, Chancen und Risiken in diesem Bereich identifiziert; daher bezieht sich das Kapitel „ESRS S4 – Verbraucher*innen und Endnutzer*innen“ ausschließlich auf den Unternehmensbereich Consumer.

Das Team führt alle gesetzlich vorgeschriebenen Bewertungen und Freigaben unserer Rohstoffe, Formulierungen, Verpackungsmaterialien und Produktangaben durch, um die Produktsicherheit und Verträglichkeit für Verbraucher*innen zu gewährleisten. Erst dann geben unsere Sicherheitsbewerter*innen die fertigen Kosmetikprodukte zum Vertrieb frei – in Übereinstimmung mit den international anerkannten Vorschriften für Sicherheitsbewertungen der „EU-Kosmetik-Verordnung 1223/2009“ und gemäß den Anforderungen der „SCCS Notes of Guidance“ in ihrer zwölften Überarbeitung aus dem Jahr 2023. Letztere werden vom „Wissenschaftlichen Ausschuss für Verbrauchersicherheit“ („Scientific Committee on Consumer Safety“ – SCCS) veröffentlicht und sind EU-weit anzuwenden.

Global Quality Policy

Inhalt	Die „Global Quality Policy“ beschreibt Beiersdorfs Engagement für Qualität, regulatorische Compliance und Kund*innenzufriedenheit. Diese Richtlinie dient als Leitprinzip für Entscheidungsprozesse und zur Festlegung von Qualitätszielen. Die obere Managementebene stellt sicher, dass die „Global Quality Policy“ • für den Zweck der Organisation anwendbar ist, einschließlich des Engagements zur Aufrechterhaltung der Wirksamkeit unseres Qualitätsmanagementsystems (QMS), • einen Rahmen zur Festlegung und Überprüfung von Qualitätszielen bietet und • in der gesamten Organisation kommuniziert und verstanden wird und in die Schulung neuer Mitarbeitender zum QMS integriert ist. Die Wirksamkeit der Richtlinie wird anhand einer Reihe von QMS-Schlüsselkennzahlen (KPIs) überwacht, die vom „Quality Leadership Team“ festgelegt und verfolgt werden. Ziel ist es, ausreichende Ressourcen für die Umsetzung der „Global Quality Policy“ bereitzustellen und angemessene Risikominderungsmaßnahmen zu etablieren.
Anwendungsbereich	Die Richtlinie dient dazu, die wesentliche potenzielle negative Auswirkung von Unverträglichkeitsreaktionen der Verbraucher*innen oder anderer Beschwerden zu adressieren und zu mindern. Sie gilt weltweit für alle Beiersdorf Produkte im Unternehmensbereich Consumer und umfasst alle Mitarbeitenden von Beiersdorf.
Verantwortlichkeit	Für die Umsetzung der Richtlinie ist der CEO verantwortlich.
Standards/Initiativen Dritter	Die „Global Quality Policy“ ist an internationale Standards angelehnt, darunter „ISO 22716 GMPs für Kosmetika“, „ISO 13485 für Medizinprodukte“ und „ICH Q10 für Arzneimittel“.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Interessen von Stakeholder*innen wurden in die regulatorischen Anforderungen integriert, auf die in der Richtlinie referenziert wird. Bei der Festlegung unserer Qualitätsziele wurden insbesondere die Erwartungen der Verbraucher*innen an die Produktqualität berücksichtigt.
Verfügbarkeit	Die Richtlinie wird den Mitarbeitenden über das QMS zur Verfügung gestellt.

Product Safety Policy for Cosmetic Products

Inhalt	Die „Product Safety Policy for Cosmetic Products“ soll sicherzustellen, dass alle vom Unternehmen in allen Regionen auf den Markt gebrachten kosmetischen Produkte sicher für unsere Verbraucher*innen sind. Sie erfordert eine gründliche Bewertung der Rohstoffe, Formulierungen und Produktpräsentationen für den vorgesehenen Verwendungszweck sowie eine Marktüberwachung nach der Einführung. Sie schreibt ferner vor, dass Sicherheitsverfahren regelmäßig überprüft werden, um den neuesten Stand der Technik zu gewährleisten. Die Richtlinie legt fest, dass alle Produkte vor der Produktion genehmigt werden müssen. Die Wirksamkeit der Richtlinie wird mithilfe von KPIs für das Qualitätsmanagement überwacht, wobei Ausnahmen oder Abweichungen, wie z. B. Nichtkonformitäten, erfasst und gemäß unserem QMS verwaltet werden. Beschwerdequoten von Verbraucher*innen werden ebenfalls hinsichtlich Nebenwirkungen überwacht, um bei Bedarf Untersuchungen und Korrekturmaßnahmen einzuleiten.
Anwendungsbereich	Die Richtlinie dient dazu, die wesentlichen potenziellen negativen Auswirkungen von Unverträglichkeitsreaktionen der Verbraucher*innen zu adressieren und zu mindern. Sie gilt weltweit für alle Beiersdorf Produkte im Unternehmensbereich Consumer und umfasst alle Beiersdorf Mitarbeitende, die für die Entwicklung, Produktion und Markteinführung von Produkten verantwortlich sind.
Verantwortlichkeit	Der Vice President Global Product Stewardship ist für die Umsetzung der Richtlinie verantwortlich, während das Research and Development Leadership Team für die Bereitstellung ausreichender Ressourcen zur Durchführung der erforderlichen Aktivitäten und zur Gewährleistung einer angemessenen Risikokontrolle zuständig ist.
Standards/Initiativen Dritter	Neben der Erfüllung gesetzlicher Anforderungen entspricht unsere Herangehensweise an die Sicherheitsbewertung von Kosmetikprodukten auch den Leitlinien der „Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung“ (OECD) und der „International Cooperation on Cosmetics Regulation“ (ICCR).
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Interessen von Stakeholder*innen wurden in die regulatorischen Anforderungen integriert, auf die in der Richtlinie referenziert wird.
Verfügbarkeit	Auszüge der Richtlinie sind auf unserer Website öffentlich zugänglich.

Raw Materials Policy

Inhalt	Die „Raw Materials Policy“ legt fest, dass Beiersdorf seine Produkte im Einklang mit seinen auf die Sicherheit und das Wohlbefinden der Verbraucher*innen abzielenden Grundsätzen entwickelt, herstellt und vermarktet. Die Richtlinie spezifiziert, dass Rohstoffe einen mehrstufigen Auswahlprozess durchlaufen müssen, an dem unsere Expert*innen aus verschiedenen Fachbereichen beteiligt sind. Konkret gilt: • Rohstoffe müssen strengen Qualitätskriterien entsprechen, die wir kontinuierlich aktualisieren, um den neuesten Vorschriften und internationalen Richtlinien zu entsprechen. • Toxikolog*innen überprüfen jeden Rohstoff gründlich; in diesem Prozess werden alle verfügbaren Informationen zu Eigenschaften berücksichtigt, die potenzielle Gesundheitsrisiken darstellen könnten. • Rohstoffe sollen, sofern erforderlich, in vitro getestet werden, unter Anwendung relevanter Testverfahren (z. B. Zellkulturen, um zusätzliche Erkenntnisse über Wechselwirkungen mit lebenden Systemen zu gewinnen). • Die Hautverträglichkeit von Rohstoffen in Produktanwendungen wird mit freiwilligen Testpersonen geprüft. Die „Raw Materials Policy“ dient als erste Maßnahme zur Adressierung und Minderung der wesentlichen potenziellen negativen Auswirkung von Unverträglichkeitsreaktionen von Verbraucher*innen und trägt gleichzeitig zur Förderung der Gesundheit und des Wohlbefindens der Verbraucher*innen bei.
Anwendungsbereich	Die Richtlinie gilt weltweit für alle Verbraucher*innen von Beiersdorf Produkten aus dem Unternehmensbereich Consumer und umfasst alle Beiersdorf Mitarbeitenden, die für die Entwicklung und Formulierung unserer Produkte verantwortlich sind.
Verantwortlichkeit	Für die Umsetzung der Richtlinie ist der Vice President Sustainability verantwortlich.
Standards/Initiativen Dritter	Unsere Auswahlkriterien basieren auf gesetzlichen Anforderungen und berücksichtigen außerdem Standards von Dritten, insbesondere solche, die sich auf die Chemikalienpolitik beziehen.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Unsere Auswahlkriterien für Rohstoffe berücksichtigen externe Standards und Initiativen von Dritten, darunter auch solche, die von NGOs stammen und die wiederum auf den Interessen der jeweiligen Stakeholder*innen beruhen.
Verfügbarkeit	Die Richtlinie ist auf unserer Website öffentlich zugänglich.

Verfahren zur Einbeziehung von Verbraucher*innen und Endnutzer*innen

Unsere Produkte für kosmetische, medizinische Hautpflege und therapeutische Anwendungen tragen zur Gesundheit und zum Wohlbefinden unserer Verbraucher*innen bei. Dies bedeutet, dass wir mit unseren Verbraucher*innen und Endnutzer*innen in Kontakt bleiben, um aktuelle und zukünftige Bedürfnisse zu verstehen. Außerdem stellen wir so sicher, dass unsere Produkte den Erwartungen entsprechen und ganzheitliche Ansätze der Hautpflege gefördert werden.

In unserem Forschungszentrum in Hamburg sowie in unseren globalen Regionen sind wir regelmäßig in Kontakt mit Verbraucher*innen, führen Studien und Umfragen durch, beobachten Nutzungsgewohnheiten und erfragen Erwartungen. Durch diesen engen Kontakt gewinnen wir wertvolle Informationen darüber, wie wir unsere Produkte und Verpackungen verbessern können und wie unsere Produkte hinsichtlich Qualität, Wirksamkeit, Haptik, Benutzerfreundlichkeit und Anwendungsfreude gestaltet werden sollten.

Geschulte Mitarbeitende und externe Proband*innen nehmen an hoch standardisierten Testverfahren und deskriptiven Panels teil, in denen sie die Eigenschaften von Cremes und Lotionen während und nach der Anwendung analysieren und beschreiben. Der Fokus liegt dabei auf Merkmalen wie Konsistenz, Verteilbarkeit, Feuchtigkeitsgehalt und Hautgefühl.

Wir streben an, stets auf dem neuesten Stand der Forschung zu bleiben und führen einen intensiven Dialog mit der Wissenschaft, Regierungsbehörden und öffentlichen Organisationen. Ebenso wichtig sind unsere Beziehungen zu Produktsicherheits- und Umweltinteressengruppen. Sie ermöglichen uns die aktive Teilnahme an Diskussionen zu kritischen Themen.

Wissenschaftler*innen von Beiersdorf veröffentlichen Forschungsergebnisse zur Hautforschung in Peer-Review-Fachzeitschriften, die auf unserer Website aufgeführt sind. Wir engagieren uns mit Expert*innen und veranstalten Events mit Dermatolog*innen und anderen Spezialist*innen zur Förderung des Hautwohlbefindens. Beiersdorf unterstützt Institutionen, deren Ziel die Verbreitung dermatologischer Wissenschaft ist, wie beispielsweise den deutschen „Informationsverbund Dermatologischer Kliniken“ (IVDK). Forschungspartnerschaften wie unsere Zusammenarbeit mit dem „Deutschen Krebsforschungszentrum“ (DKFZ) decken wichtige und vielfältige Bereiche der Gesundheit von Verbraucher*innen ab. Wir beteiligen uns aktiv an Branchenverbänden wie „Cosmetics Europe“ (CE), um eine verantwortungsvolle Produktpflege zu fördern. Zusätzlich tragen wir erheblich zu internationalen Initiativen für die Sicherheit von Verbraucher*innen bei, wie z. B. zur „International Collaboration on Cosmetics Safety“ (ICCS).

Den Verbraucher*innen werden über verschiedene Kanäle Produktinformationen zur Verfügung gestellt, u. a. in den sozialen Medien, auf Produktetiketten und Beipackzetteln. Diese Informationen umfassen Angaben zu Produktversprechen, Zusammensetzung, Anwendungshinweise und/oder Warnhinweise.

Verbraucher*innen und Endnutzer*innen können sich über die Kontaktinformationen, die mit den Produkten bereitgestellt werden, oder über die Websites unserer Marken zu Produkten erkundigen. Unsere Teams aus dem Vertrieb bieten ebenfalls Informationen zur vorteilhaften und sachgemäßen Nutzung unserer Produkte an. Für bestimmte Produkttypen und Anwendungsgebiete werden auf unserer Website oder direkt an Apotheken unterstützende Informationen bereitgestellt, beispielsweise in Form einer Auflistung häufig gestellter Fragen (FAQs). Auf den Beiersdorf Websites teilen wir Informationen, die für unsere Verbraucher*innen besonders relevant sind und sich auf positive und negative Auswirkungen auf ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden beziehen.

Kanäle, über die Verbraucher*innen und Endnutzer*innen Bedenken äußern können

Die Zufriedenheit von Verbraucher*innen und Endnutzer*innen ist die Grundlage unseres Geschäftserfolgs. Verbraucher*innen in all unseren Märkten weltweit können uns direkt über verschiedene Kommunikationskanäle wie soziale Medien, E-Mail und Hotlines erreichen. Unter der Verantwortung des Vice President Global Quality Management stellt ein globales Netzwerk von „Consumer Interaction“-Manager*innen sicher, dass unsere einheitlich hohen Qualitätsstandards für den Kontakt mit Verbraucher*innen in den jeweiligen Märkten eingehalten werden. Darüber hinaus werden weltweite Beschwerden zentral ausgewertet, ihre Ursachen analysiert und Optimierungsmaßnahmen umgesetzt. Verbraucher*innen und Endnutzer*innen können Beschwerden oder Bedenken auch über unser Whistleblowing-System melden. Details sind im Kapitel [„ESRS G1 – Unternehmensführung“](#) beschrieben.

Beschwerden von Verbraucher*innen, einschließlich unerwünschter gesundheitlicher Reaktionen, werden durch das Qualitätsmanagement überwacht und bewertet, um potenzielle Bedenken hinsichtlich Qualität oder Produktsicherheit zu erkennen und darauf zu reagieren. Dies ist in den relevanten „Standard Operating Procedures“ (SOP) und Qualitätsrichtlinien festgelegt.

Im Falle eines Qualitätsmangels oder einer gesundheitsbezogenen Beschwerde durch Verbraucher*innen analysieren unser globales Netzwerk von Qualitätsmanager*innen sowie unsere internationale Organisation für Beschwerdemanagement den Fall und leiten die erforderlichen Maßnahmen zur schnellen Behebung ein. Unser Management für kritische Beschwerden und Anliegen umfasst auch die Bearbeitung von Nebenwirkungen. Das Qualitätsmanagement-Team ist dafür verantwortlich, Beschwerden zu bewerten und die Auswirkungen auf die Produktsicherheit gemäß den entsprechenden SOPs zu managen.

Alle Beschwerden von Verbraucher*innen werden überwacht und mit festgelegten Referenzraten verglichen. Zusätzlich werden Trendanalysen durchgeführt, um sicherzustellen, dass es keine signifikanten negativen Auswirkungen auf Verbraucher*innen gibt. Beschwerdemuster mit einer hohen Anzahl unerwünschter Effekte oder untypischen Arten von Nebenwirkungen lösen sofort eine Untersuchung sowie notwendige Korrektur- und/oder Präventivmaßnahmen aus. Mögliche schwerwiegende unerwünschte Effekte werden fallweise bewertet, um sicherzustellen, dass Sicherheitsmaßnahmen zum Schutz der Gesundheit der Verbraucher*innen ergriffen werden.

Daten und Vorfälle werden in unserem monatlichen „Consumer Complaints and Post Launch Surveillance Report“ zusammengefasst. Das Jahr 2023 dient als Basisjahr für unsere „Post-Market-Surveillance“-Daten. Darüber hinaus führen wir ein Branchen-Benchmarking durch, etwa über das IVDK. Diese Maßnahmen zur Überwachung von Beschwerden, Vorfällen und den zugehörigen Prozessen sind mit den oben erwähnten Richtlinien abgestimmt, die für unsere wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen in Bezug auf Verbraucher*innen und Endnutzer*innen relevant sind.

Anliegen von Verbraucher*innen und Endnutzer*innen können eskaliert werden und weitere Maßnahmen durch unser Qualitätsmanagement-Team auslösen, gemäß unserem „Krisenmanagement-Handbuch“. Das Krisenmanagement-Team informiert bei kritischen Angelegenheiten direkt den CEO und den Vorstand. Eventuelle gesetzliche Meldepflichten im Fall von schwerwiegenden Vorkommnissen werden dabei stets berücksichtigt und bei Bedarf zeitgerecht umgesetzt.

Maßnahmen im Zusammenhang mit Verbraucher*innen und Endnutzer*innen

Eine Reihe von Verfahren adressiert und mindert wesentliche Risiken und negative Auswirkungen, während gleichzeitig positive Ergebnisse für Verbraucher*innen und Endnutzer*innen gefördert werden. Die oben beschriebenen Verfahren sind Teil eines Entscheidungsprozesses, der sicherstellt, dass alle identifizierten negativen Auswirkungen systematisch bewertet und mit geeigneten Maßnahmen adressiert werden.

Neben den im Folgenden beschriebenen fortlaufenden Maßnahmen, die die Sicherheit und Verträglichkeit unserer Produkte fördern, setzt Beiersdorf auf Maßnahmen, die primär einen positiven Beitrag für die Gesundheit und das Wohlbefinden von Verbraucher*innen leisten sollen. Unsere Marken NIVEA, Eucerin, Hansaplast, Elastoplast und Curitas setzen lokale Projekte um, die auf die Bedürfnisse und Anliegen ihrer Verbraucher*innen abgestimmt sind. Diese „Brand Social Missions“ zielen darauf ab, die individuelle Gesundheit zu stärken, bessere soziale Verbindungen zu ermöglichen und gerechtere Gesellschaften zu fördern.

Korrekturmaßnahmen für bestehende Produkte

Maßnahme	Für bestehende Produkte werden Korrekturmaßnahmen für identifizierte potenzielle negative Auswirkungen oder weitere negative Effekte auf die Erfahrung von Verbraucher*innen und Unverträglichkeitsreaktionen durch einen Korrektur- und Präventionsplan bewertet und gesteuert. Dieser Plan folgt dem Prozess zur Handhabung von Nichtkonformitäten, wie in unserem SOP für „Nichtkonformitätsmanagement“ detailliert beschrieben. Auch die Handhabung von Produktrückrufen, falls erforderlich, wird in unserem SOP „Produkt-Rückruf von Verbraucher*innen“ beschrieben. Entsprechende Change-Management- und Risikominderungsverfahren werden gemäß unserer SOPs für „Change Management“ und „Quality Manuals“ dokumentiert.
Umfang	Global
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Alle negativen Auswirkungen, wie Produktunverträglichkeiten oder Unzufriedenheit, werden umgehend durch Korrekturmaßnahmen angegangen und gemindert, um Produktsicherheit, Qualität und Zufriedenheit sicherzustellen. Falls erforderlich, können betroffene Produkte zurückgerufen und Verbesserungen implementiert werden, um ähnliche Probleme in der Zukunft zu verhindern.
Fortschritt	n/a

Risikobewertung und Innovationsmanagement

Maßnahme	Risikobewertungs- und Risikomanagementprozesse, einschließlich der Verfolgung relevanter Chancen, sind in alle Projekte eingebettet, wie in unserem Prozess für „Integriertes Innovationsmanagement“ beschrieben. Im Rahmen dieses Prozesses werden neue Produkte und Technologien entwickelt, um verletzte Haut zu behandeln, gesunde Haut weiter zu fördern und die Hautpflege voranzubringen.
Umfang	Global
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Es sollen innovative Produkte und Technologien entwickelt werden, die das Wohlbefinden der Haut verbessern und die Hautpflege voranbringen, damit Verbraucher*innen von sichereren, effektiveren und zukunftsorientierten Lösungen profitieren, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind.
Fortschritt	n/a

Sicherheitsbewertungen

Maßnahme	Im Interesse des Schutzes von Verbraucher*innen arbeiten unsere Sicherheitsbewerter*innen eng mit relevanten Abteilungen wie Forschung und Entwicklung (F&E) sowie Supply Chain zusammen. Neben Erfahrung und Expertise erfordert die Bewertung der Sicherheit von Kosmetik- und Medizinprodukten vor allem den wissenschaftlichen Austausch und das Wissen über neue Erkenntnisse bezüglich der Verträglichkeit und Sicherheit von Rohstoffen, Formulierungen und Verpackungsmaterialien sowie die Einhaltung der aktuellen gesetzlichen und normativen Anforderung und Berücksichtigung des gegenwärtigen Stands der Technik. Dementsprechend besuchen unsere Sicherheitsbewerter*innen internationale Konferenzen, nehmen an Arbeitsgruppen und Expert*innenteams teil und absolvieren spezielle internationale Schulungen.
Umfang	Global
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Das Ziel dieses fachlichen Austauschs und der Schulungen ist es, sicherzustellen, dass wir Zertifizierungsanforderungen erfüllen und neueste wissenschaftliche Entwicklungen anwenden. Es ist außerdem wichtig, dass wir unsere externen Dienstleister und Lieferanten, wie Duftstoff- und Rohstoffhersteller, in die Verantwortung nehmen. Sie müssen die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen sowie der spezifischen Anforderungen von Beiersdorf, die über den gesetzlich vorgeschriebenen Umfang hinausgehen, zertifizieren.
Fortschritt	n/a

Einführung des EcoBeautyScore

Maßnahme	2025 beteiligte sich Beiersdorf an der Einführung des „EcoBeautyScore“, dem ersten branchenweiten Umwelt-Bewertungssystem, mit dem Unternehmen aus der Kosmetik- und Körperpflegebranche klare, verlässliche und vergleichbare Informationen zu den Umweltauswirkungen ihrer Produkte bereitstellen können. Die Wertungen des „EcoBeautyScore“ wurden unter Mitwirkung von über 70 Kosmetikunternehmen und -verbänden weltweit entwickelt und reichen von A (höchste Wertung) bis E (niedrigste Wertung). Verbraucher*innen können die „EcoBeautyScore“-Wertungen auf den jeweiligen Produktseiten online einsehen.
Umfang	2025 war der „EcoBeautyScore“ für Gesichtspflegeprodukte der Marken NIVEA und Eucerin verfügbar.
Zeithorizont	Laufend
Erwartetes Ergebnis	Der „EcoBeautyScore“ soll den Verbraucher*innen dabei helfen, die Umweltauswirkungen von Produkten verschiedener Marken schnell verstehen und vergleichen zu können. Damit wollen wir den Verbraucher*innen die Informationen an die Hand geben, die sie benötigen, um fundiertere und nachhaltige Entscheidungen zu treffen. Zugleich soll der „EcoBeautyScore“ für mehr Transparenz in der Kosmetikbranche sorgen, indem er Umweltauswirkungen sichtbarer und leichter einschätzbar macht.
Fortschritt	NIVEA und Eucerin haben 2025 mit der Einführung des „EcoBeautyScore“ für Gesichtspflegeprodukte in europäischen Märkten begonnen. 99 % des Gesichtspflegesortiments von NIVEA und 100 % des entsprechenden Sortiments von Eucerin wurden mit A- und B-Wertungen ausgezeichnet. Weitere Segmente werden nach und nach folgen, sodass letztlich alle Kosmetikprodukte in allen weltweiten Märkten erfasst sind.

Ziele im Zusammenhang mit Verbraucher*innen und Endnutzer*innen

Ziele und Benchmarks zur Gesundheit und Sicherheit von Verbraucher*innen werden intern verwaltet, da sie auf sensiblen Informationen wie Marktdaten und der Leistung von Formulierungen basieren. Ohne vergleichbare Daten in standardisierten Berichtsformaten, etwa zu Abweichungen oder Beschwerderaten, ist eine externe Veröffentlichung wenig relevant. Beiersdorf veröffentlicht daher keine spezifischen Ziele in diesem Bereich, berichtet aber über alle Fälle von Nichteinhaltung.

Unser Engagement für die Gesundheit und Sicherheit von Verbraucher*innen zeigt sich in der Umsetzung strenger Prozesse und Standards. Beiersdorf überwacht die Wirksamkeit der Maßnahmen durch drei zentrale Prozesse:

- Die Freigabe aller Rohstoffe und Endprodukte
- Die Einhaltung regulatorischer Vorgaben mit dem Ziel der vollständigen Konformität
- Die Sicherstellung ausgezeichnete Hautverträglichkeit durch umfassende Tests und Marktüberwachung

Die Sicherheit unserer Produkte wird durch die Einhaltung internationaler Vorschriften wie der „EU-Kosmetikverordnung 1223/2009“ und der „EU-Medizinprodukteverordnung 2017/745“ sowie durch die Befolgung interner Richtlinien wie der „Global Quality Policy“ und der „Product Safety Policy“ unterstützt. Weitere Maßnahmen für die Produktsicherheit sind strenge Qualitätskontrollen bei Rohstoffen, Formulierungen und Produktionsprozessen unter Einhaltung anerkannter Standards wie „ISO 22716 für Kosmetikprodukte“ und „ISO 13485 für Medizinprodukte“. Indem wir Sicherheitsaspekte direkt in unsere Prozesse integrieren, können wir unsere Ziele erreichen und unsere Maßnahmen systematisch weiterentwickeln. Gleichzeitig spielen diese Ansätze eine entscheidende Rolle für Produktinnovationen und den Markterfolg von Beiersdorf. Sie sind eng mit den Zielen und Maßnahmen unserer F&E-Abteilung verbunden und beinhalten auch die Einführung des oben beschriebenen „EcoBeautyScore“.

Governance-Informationen

ESRS G1 - Unternehmensführung

Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

Im Rahmen der doppelten [Wesentlichkeitsanalyse](#) haben wir für Beiersdorf sowohl negative als auch positive Auswirkungen im Zusammenhang mit der Unternehmensführung identifiziert, die aus unseren Geschäftstätigkeiten resultieren.

IRO	Beschreibung	Wertschöpfungs-kette	Zeit-horizont
Unternehmenskultur			
+	Die Unternehmensbereiche Consumer und tesa verfügen über Richtlinien zu geschäftlichen Verhaltensweisen, die die Unternehmenskultur fördern. Auf diese Weise besteht die Verpflichtung, gegen das Gesetz oder den Verhaltenskodex verstoßendes Verhalten aktiv zu erkennen, zu melden und zu untersuchen.	Eigener Betrieb	
Schutz von Hinweisgeber*innen			
-	Fehlende zugängliche Meldesysteme für Hinweisgeber*innen bergen das Risiko, dass Fehlverhalten ungemeldet bleibt, Mitarbeitenden schadet und eine Kultur des Schweigens fördert.	Eigener Betrieb	

 Positive Auswirkung
  Negative Auswirkung
  Risiko
  Chance

 Kurzfristig
  Mittelfristig
  Langfristig

Als global handelndes Unternehmen mit weit verzweigten Wertschöpfungsketten trägt Beiersdorf eine hohe unternehmerische Verantwortung und ist verpflichtet, verschiedene gesetzliche Bestimmungen und andere Regelwerke zu achten (Compliance). Richtlinien wie unsere Verhaltenskodizes (Codes of Conduct - CoC) spiegeln die Grundsätze und Werte unserer Unternehmenskultur wider und helfen uns dabei, unserer Verpflichtung nachzukommen.

Unternehmenskultur und Richtlinien für die Unternehmensführung

Die Core Values des Unternehmensbereichs Consumer sind Care, Simplicity, Courage und Trust. Sie sollen als täglicher Maßstab dafür dienen, dass wir über unsere Geschäftsfelder hinweg stets konsistent kommunizieren und handeln. Bei tesa gehören zu den Kernprinzipien Respekt, Ehrlichkeit, Vertrauen, Toleranz und Integrität. Diese Werte beider Unternehmensbereiche spiegeln sich in unseren CoC wider sowie in wesentlichen Richtlinien, die die Vorgaben der CoC weiter ausführen. Die CoC von Consumer und tesa sind in Zusammenarbeit und in Abstimmung mit allen wesentlichen Funktionen erstellt worden. Sie sind für alle Gesellschaften der Unternehmensbereiche konzernweit verbindlich.

Es ist Aufgabe der Führungskräfte, die CoC sowie daraus resultierende Richtlinien in den Unternehmensbereichen umzusetzen und die Einhaltung zu überwachen. Gleichzeitig sollen sie nicht akzeptablem Verhalten vorbeugen bzw. geeignete Maßnahmen ergreifen, um Regelverstöße in ihrem Verantwortungsbereich zu verhindern. Unterstützt werden sie hierbei maßgeblich durch die Compliance-Beauftragten in den Regionen und Tochtergesellschaften sowie durch das lokale Management.

Wir bekräftigen unsere Ansprüche und Mindeststandards des Weiteren durch Mitgliedschaften bei anerkannten Initiativen und Verbänden. So sind sowohl Beiersdorf AG als auch tesa SE Mitglied im „Global Compact“ der Vereinten Nationen („United Nations“ - UN), außerdem bekennen sich beide zu den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation („International Labour Organization“ - ILO), der UN-Menschenrechtserklärung und den Leitsätzen für multinationale Unternehmen der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung („Organisation for Economic Co-operation and Development“ - OECD). Aus diesen internationalen Leitlinien ergeben sich die zentralen Inhalte der Verhaltenskodizes für unsere Unternehmensbereiche Consumer und tesa. Mit den CoC der

beiden Unternehmensbereiche adressieren wir unsere wesentlichen Auswirkungen auf die Unternehmensführung und unsere eigenen Arbeitskräfte.

Code of Conduct für Mitarbeitende (Consumer)

Inhalt	Der Consumer „Code of Conduct für Mitarbeitende“ überträgt unsere Werte in Standards und ethische Prinzipien. Er soll eine gemeinsame Grundlage für unsere täglichen Aufgaben schaffen, die die wesentlichen Bestimmungen und Maßgaben der relevanten Unternehmensfunktionen zusammenfasst, erklärt und verbindlich kodifiziert. Im CoC werden Verhaltensgrundsätze in den folgenden Themenbereichen festgelegt: • Zentrale Grundsätze (z. B. Produktsicherheit, Kartellrecht und Korruption) • Arbeitsumfeld (Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sowie Diversität und Inklusion) • Interessenkonflikte, Geschenke und Einladungen • Umgang mit Informationen, Ressourcen und Finanzen • Gesellschaft und Gemeinwesen • Einhaltung der Grundsätze und Meldung von Compliance-Verstößen (inkl. Umgang mit streng Vertraulichem)
Anwendungsbereich	Der CoC ist für alle Führungskräfte und Mitarbeitenden im Unternehmensbereich Consumer verbindlich – auf sämtlichen Ebenen und in allen Tochtergesellschaften weltweit.
Verantwortlichkeit	Der CoC liegt in der grundsätzlichen Verantwortung des Vorstands, der regelmäßig im Rahmen der jährlichen Compliance-Berichterstattung zur Einhaltung des CoC informiert wird. Der Aufsichtsrat als Kontrollorgan wird ebenfalls über die Ergebnisse der Compliance-Berichterstattung unterrichtet. Die Funktionen Global Compliance und Corporate Auditing sowie die lokalen Compliance-Verantwortlichen überwachen die Einhaltung des CoC kontinuierlich und gehen Verstößen nach. Bewusste Verstöße gegen die Richtlinien haben arbeitsrechtliche Konsequenzen im Rahmen der geltenden Bestimmungen zur Folge. Die Funktion Global Compliance ist zudem für die regelmäßige Aktualisierung des CoC verantwortlich.
Standards/Initiativen Dritter	s. o.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Der CoC ist in enger Zusammenarbeit und Abstimmung mit den wesentlichen Funktionen, die für die einzelnen Themenbereiche des CoC verantwortlich sind, entstanden. Aktualisierungen erfolgen ebenso in enger Abstimmung mit diesen Funktionen. Der Betriebsrat wird bei Aktualisierungen des CoC entsprechend seiner Funktion informiert.
Verfügbarkeit	Der CoC ist im Intranet sowie öffentlich auf der Website von Beiersdorf verfügbar und somit allen Mitarbeitenden frei zugänglich.

tesa Code of Conduct

Inhalt	Der „tesa Code of Conduct“ ist eine verbindliche Verhaltensrichtlinie für alle Mitarbeitenden bei Entscheidungen im Arbeitsalltag und gilt als gemeinsamer Leitfaden in allen wesentlichen Fragen der Unternehmensethik. Er definiert einen Anspruch an uns selbst, an den Umgang miteinander innerhalb des Unternehmens, aber auch nach außen. Er ist ein Versprechen verantwortungsvollen Verhaltens gegenüber Kund*innen, Geschäftspartnern und Öffentlichkeit. Kernpunkte des CoC sind Regeln für ein ethisch angemessenes Geschäftsverhalten in folgenden Themenblöcken: • Zentrale Grundsätze der Unternehmensführung • Integrität (vor allem im Zusammenhang mit Korruption, Interessenkonflikten, Geschenken und Einladungen) • Umgang mit Unternehmensressourcen, Informationen und Daten • Arbeitsumfeld (Arbeitsschutz sowie Respekt, Vielfalt und Chancengleichheit) • Nachhaltigkeit • Einhaltung der Grundsätze und Meldung von Compliance-Verstößen (inkl. Schutz von Hinweisgeber*innen)
Anwendungsbereich	Der tesa Code of Conduct gilt für alle Mitarbeitenden weltweit, unabhängig von ihrer Funktion oder Position. Wir erwarten von allen Mitarbeitenden gleichermaßen, dass sie zu diesen ethischen Grundsätzen stehen und danach handeln.
Verantwortlichkeit	Das Corporate HR-Management ist für die Governance des tesa CoC zuständig, einschließlich regelmäßiger Aktualisierungen. Im Rahmen der jährlichen Compliance-Berichterstattung wird der Vorstand über die Einhaltung des CoC informiert. Über die Ergebnisse der Compliance-Berichterstattung wird auch der Aufsichtsrat als Kontrollinstanz in Kenntnis gesetzt.
Standards/Initiativen Dritter	s. o.
Einbeziehung von Stakeholder*innen	Der CoC wurde unter enger Einbindung der relevanten Fachbereiche entwickelt, die jeweils für die inhaltlichen Themenbereiche verantwortlich sind. Die jährliche Aktualisierung des CoC erfolgt in enger Abstimmung mit den relevanten Funktionen (insbesondere Corporate Compliance) und umfasst neben der Überarbeitung auch die weltweite Information der HR-Verantwortlichen.
Verfügbarkeit	Die Unternehmensführung trägt Sorge dafür, dass der CoC leicht zugänglich ist und seine Prinzipien und ethischen Werte regelmäßig und in geeigneter Weise allen Mitarbeitenden des Unternehmens zugänglich gemacht werden. Dies erfolgt unter anderem durch die Veröffentlichung des CoC im tesa-Intranet sowie auf der öffentlichen Website von tesa.

Konzernweite Compliance Management Systeme (CMS)

Consumer und tesa haben jeweils eigene, eng aufeinander abgestimmte CMS. Die CMS beider Unternehmensbereiche orientieren sich an etablierten internationalen Standards wie dem CMS-Prüfstandard IDW PS 980. Zielsetzung unserer CMS ist die Einhaltung wesentlicher gesetzlicher Bestimmungen und interner Richtlinien in allen Ländern, in denen Beiersdorf operativ tätig ist. Ihre Aufgabe ist daher unter anderem, wesentliche Compliance-Programme in der gesamten Organisation strukturiert umzusetzen und insbesondere relevante Compliance-Risiken zeitnah zu erkennen und zu managen.

Diese Grundsätze verfolgen wir dabei:

- **Vorbeugen:** Wir verankern präventive Maßnahmen, um unrechtes Verhalten zu vermeiden. Dies umfasst zum Beispiel unsere CoC, weitere Richtlinien sowie Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen.
- **Erkennen:** Wir führen jährliche Risikoanalysen sowohl zentral als auch lokal in den Tochtergesellschaften durch, um konzernweit wesentliche Compliance-Risiken frühzeitig festzustellen.
- **Reagieren und Verbessern:** Wir stellen die Ergebnisse aus den Risikoanalysen dem Vorstand vor und nutzen diese, um unsere globalen und lokalen Compliance-Programme kontinuierlich anzupassen und zu verbessern. Etwaige Verstöße gegen gesetzliche und interne Vorgaben ahnden wir dem Einzelfall entsprechend angemessen. Zudem leiten wir kontinuierlich Verbesserungsmaßnahmen für die CMS der beiden Unternehmensbereiche ab.

Lokal verantwortliche Compliance-Beauftragte in den Regionen bzw. Tochtergesellschaften vermitteln unseren Mitarbeitenden die Elemente der Compliance-Programme und arbeiten grundlegend an deren lokaler Umsetzung. Damit sollen alle Bestandteile unserer CMS an den weltweit verteilten Standorten verankert sowie stetig überwacht und verbessert werden.

Unternehmensweite Hinweisgeber- und Meldesysteme

Im Rahmen ihrer CMS haben Consumer und tesa verschiedene Meldesysteme bzw. -kanäle eingerichtet und kommuniziert. Darüber können jegliche Verhaltensverstöße, rechtswidrig oder im Widerspruch zu unternehmensinternen Richtlinien stehend, erfasst werden, auf Wunsch auch anonym. Richtlinien und Handlungsleitfäden beispielsweise zu Whistleblowing, Case Management und Ad-hoc-Meldungen sind implementiert.

Für den Unternehmensbereich Consumer gibt es die Plattform „Speak up. We care.“. Der Unternehmensbereich tesa nutzt die Hinweisgeberplattform „Your voice – Our bond“. Beide Plattformen werden über den gleichen Systemanbieter bereitgestellt und sind weltweit und rund um die Uhr nutzbar. Sie sind in verschiedenen Sprachen verfügbar und stehen neben den eigenen Mitarbeitenden auch extern allen Personen zur Verfügung, die einen Vorfall melden möchten, wie Kund*innen, Konsument*innen, Lieferanten und andere Stakeholder*innen. Mögliche Fehlverhalten, die gemeldet werden, sind beispielsweise Vorfälle im Zusammenhang mit der Unternehmenspolitik, Verstöße im Bereich Menschenrechte oder Fälle von Korruption und Bestechung. Informationen zur Abgabe von Beschwerden und zu deren weiterem Verarbeitungsprozess sind öffentlich auf der jeweiligen Unternehmenswebsite, im unternehmensinternen Intranet und auf der Startseite der Hinweisgeberplattformen verfügbar. Darüber hinaus bestehen jeweils weitere, interne Meldemöglichkeiten für unsere Mitarbeitenden: Sie können etwa auf lokale und zentrale Compliance-Verantwortliche zugehen, zentrale E-Mail-Adressen nutzen oder auch, im Unternehmensbereich Consumer, eine zentrale Compliance-Hotline anrufen. Wir informieren unsere Mitarbeitenden regelmäßig im Rahmen von Kommunikationsmaßnahmen zu den verschiedenen Meldesystemen und -kanälen.

Unter Berücksichtigung der Hinweisgeberrichtlinie (EU) 2019/1937 haben wir Prozesse etabliert, um auf eingegangene Hinweise zeitnah zu reagieren. Der Zugriff auf und die Bearbeitung von Meldungen sind systemisch eingeschränkt auf wenige Mitarbeitende der Corporate-Compliance-Abteilungen, Corporate Audit und entsprechende Expert*innen aus den intern zuständigen Fachbereichen (sogenannte „Case Manager“). Case Manager werden nach Bedarf zum Meldeverfahren und den Prozessen geschult. Die Case Manager erhalten ausschließlich Zugriff auf Meldungen, die in ihren jeweiligen Zuständigkeitsbereich fallen. Die Bearbeitung orientiert sich an internen Verfahren, Standards und am deutschen Hinweisgeberschutzgesetz (HinSchG). Dies verpflichtet Case Manager und weitere mit der Aufklärung der Meldung betraute Personen zum vertraulichen und objektiven Umgang mit Hinweisen und Ermittlungsmaßnahmen sowie zur Unabhängigkeit. Etwaige Interessenkonflikte im Umgang mit der hinweisgebenden Person, der Beschwerde oder den Ermittlungsmaßnahmen sind unverzüglich aufzuzeigen und zu managen. Die Identität der hinweisgebenden Person behandeln wir grundsätzlich, auch zum Schutz vor möglichen Vergeltungsmaßnahmen, während des gesamten Verfahrens vertraulich. Eine Offenlegung erfolgt nur, soweit dies rechtlich erforderlich oder für eine ordnungsgemäße Aufklärung zwingend notwendig ist und wird, soweit möglich, vorab mit der hinweisgebenden Person abgestimmt. Gleiches gilt für die Identität und den Umgang mit einer beschuldigten Person und eventuell weiteren, betroffenen Personen. Neben der Vertraulichkeit der Identität der hinweisgebenden Person sind weitere Schutzmechanismen vorgesehen. So wird betroffenen Mitarbeitenden bei Bedarf beispielsweise Unterstützung durch den Sozialdienst oder entsprechende psychosoziale Unterstützungsangebote unterbreitet. Sie können sich zudem jederzeit an weitere Funktionen ihres Vertrauens wenden wie beispielsweise den Betriebsrat, wenn sie Repressalien oder ähnliches befürchten.

Der Unternehmensbereich Consumer überprüft die Wirksamkeit seines Hinweisgebersystems kontinuierlich. Dafür werden zum Beispiel Vergleiche der eingegangenen Meldungen mit den Ergebnissen anderer Unternehmen ähnlicher Größe durchgeführt, um sicherzustellen, dass das System angemessen genutzt wird. Im Rahmen einer internen Kommunikationsinitiative haben wir 2025 alle Mitarbeitenden erneut über die bestehenden Whistleblowing-Kanäle und deren Nutzung aufgeklärt. Über die Länderwebsites möchten wir gewährleisten, dass die Whistleblowing-Kanäle auch für alle relevanten externen Stakeholder*innen weltweit leicht zugänglich sind. Diese Maßnahmen tragen Sorge dafür, dass interne wie externe Stakeholder*innen auf die Systeme zugreifen und ihnen vertrauen können.

Auch der Unternehmensbereich tesa überprüft die Wirksamkeit und Zugänglichkeit seines Hinweisgebersystems regelmäßig. So werden unter anderem technische Funktionstests der Plattform „Your voice – Our bond“ sowie Sichtbarkeitsprüfungen auf internen und externen Kommunikationskanälen durchgeführt. Durch diese Maßnahmen stellt tesa sicher, dass die Hinweisgebersysteme nicht nur technisch zugänglich, sondern auch vertrauenswürdig und wirksam sind.

Compliance-Schulungen

Wesentlicher Bestandteil unserer CMS ist ein risikoorientiertes und zielgruppenspezifisches Trainingskonzept mit E-Learnings und Präsenzs Schulungen zu verschiedenen Compliance-Themenbereichen. Dazu hat Beiersdorf einheitliche, globale Trainingsverfahrensanweisungen definiert, die mit dem verantwortlichen Vorstand abgestimmt sind, und sie in allen Tochtergesellschaften implementiert.

Schulungen zu den CoC der Unternehmensbereiche finden alle zwei Jahre (tesa) bzw. alle vier Jahre (Consumer) statt. Sie sind für alle Mitarbeitenden weltweit verpflichtend. Dabei geht es unter anderem um Unternehmensführung, persönliche Integrität, den Umgang mit Unternehmensressourcen, Informationen und Daten sowie das Vorgehen bei etwaigen Verstößen. Ebenso finden alle zwei Jahre Schulungen zu Korruptionsprävention und Kartellrecht sowie Datenschutz für beide Unternehmensbereiche statt.

Im Unternehmensbereich Consumer richten sich die Schulungen für Korruptionsprävention weltweit an alle Mitarbeitenden (mit Ausnahme der Produktionsmitarbeitenden). Die Schulungen stellen damit auch sicher, dass Funktionen mit erhöhtem Risiko hinsichtlich Korruption entsprechend geschult werden. Dies gilt insbesondere für Mitarbeitende in den Funktionen Vertrieb, Marketing, Einkauf und Management. Schulungen für Kartellrecht richten sich ebenfalls weltweit an alle Mitarbeitenden (mit Ausnahme der Produktionsmitarbeitenden). Zudem erhalten Mitarbeitende zum Thema Kartellrecht zusätzliche, vertiefende Trainings, sofern sie in ihren Funktionen bzw. Tätigkeiten auf den jeweiligen Gebieten einem erhöhten Risiko ausgesetzt sind. Für Datenschutz richten sich die Schulungen EU-weit an alle Mitarbeitenden (mit Ausnahme von Produktionsmitarbeitenden).

Bei tesa werden die Schulungen für Korruptionsprävention, Kartellrecht und Datenschutz im Rahmen eines risikobasierten Ansatzes umgesetzt. Alle Mitarbeitenden mit Computerarbeitsplatz werden zum Thema Datenschutz geschult, während Schulungen zu Korruptionsprävention und Kartellrecht gezielt an Mitarbeitende gerichtet sind, deren Funktionen ein erhöhtes Risiko für entsprechende Verstöße bergen. Dazu gehören insbesondere Manager*innen sowie Mitarbeitende in Schlüsselbereichen wie Vertrieb, Marketing, Einkauf, Recht & Compliance und weiteren relevanten Funktionen. Die Zuordnung erfolgt themenspezifisch. Ergänzend finden bedarfsorientiert weitere Schulungen statt, die jedoch nicht in die Berechnung der Teilnehmendenquote einfließen.

Beiersdorf hat eine jährliche Teilnehmenden-Quote für die vorstehend genannten Compliance-Schulungen von weltweit mindestens 95 % definiert. Sie bemisst sich an den jährlichen Zielgruppen einzelner Compliance-Training-Schwerpunkte jeweils separat für die Unternehmensbereiche Consumer und tesa, wie vorstehend beschrieben und in der jeweiligen Trainingsrichtlinie der Unternehmensbereiche definiert und wird mit den für Consumer und tesa über das Berichtsjahr erfolgreich durchgeführten Trainings der Zielgruppen in Relation gesetzt.

Für den Unternehmensbereich Consumer umfasst die Teilnehmenden-Quote neben den Beiersdorf Gesellschaften auch die Gesellschaften von La Prairie und Chantecaille, sowie S-Biomedic. NIVEA-Kao ist nicht berücksichtigt. Es erfolgt eine konstante Überwachung der Teilnehmenden-Quote und der notwendigen Maßnahmen zur Erreichung der Quote durch die lokalen Compliance-Verantwortlichen. Ihnen steht hierfür ein globales Trainings-Cockpit zur Verfügung, welches die jährliche Zielgruppe sowie den Status der Trainingsteilnahmen aufzeigt. Die Daten hierzu werden automatisiert aus dem globalen Schulungssystem zur Verfügung gestellt.

Auch der Unternehmensbereich tesa überwacht die Teilnehmendenquote kontinuierlich. Die dafür erforderlichen Daten werden automatisiert aus dem globalen Schulungssystem bereitgestellt. Die Erreichung der globalen Zielquote wird durch klar definierte Eskalationsprozesse und in enger Zusammenarbeit mit der lokalen Compliance-Organisation sichergestellt.

Die Zielerreichung wird als separate Quote für den jeweiligen Unternehmensbereich ausgewiesen und ist Teil der gemeinsamen jährlichen Berichtserstattung an Vorstand und Aufsichtsrat. Im Berichtsjahr 2025 lag die Teilnehmenden-Quote für den Unternehmensbereich Consumer bei 98 % und für den Unternehmensbereich tesa bei 99 %.

Neben den Schulungen informieren wir unsere Mitarbeitenden über verschiedene Kommunikationskanäle wie das Intranet und E-Mails regelmäßig über relevante Compliance-Themen und -Neuerungen. Zudem stehen wir im regelmäßigen Austausch mit den lokalen Tochtergesellschaften, beispielsweise zu relevanten Updates, aufkommenden Fragestellungen und Best-Practice-Ansätzen.

Anhang

A. In ESRS enthaltene von der Nichtfinanziellen Erklärung des Unternehmens abgedeckte Angabepflichten

Standard	Angabepflicht	In Übereinstimmung mit den ESRS	Seite
Allgemeine Informationen	BP-1 - Allgemeine Grundlagen für die Erstellung der Nichtfinanziellen Erklärung	ja	50
	BP-2 - Angaben im Zusammenhang mit konkreten Umständen	ja	51
	GOV-1 - Die Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane	ja	51
	GOV-2 - Informationen und Nachhaltigkeitsaspekte, mit denen sich die Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane des Unternehmens befassen	ja	55
	GOV-3 - Einbeziehung der nachhaltigkeitsbezogenen Leistung in Anreizsysteme	ja	55
	GOV-4 - Erklärung zur Sorgfaltspflicht	ja	182
	GOV-5 - Risikomanagement und interne Kontrollen der Nachhaltigkeitsberichterstattung	ja	56
	SBM-1 - Strategie, Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette	ja	57
	SBM-2 - Interessen und Standpunkte der Interessenträger	ja	60
	SBM-3 - Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	ja	63
	IRO-1 - Beschreibung des Verfahrens zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen	ja	63
	IRO-2 - In ESRS enthaltene von der Nichtfinanziellen Erklärung des Unternehmens abgedeckte Angabepflichten	ja	172
	Liste der Datenpunkte in generellen und themenbezogenen Standards, die sich aus anderen EU-Rechtsvorschriften ergeben	ja	176
ESRS 2 Allgemeine Angaben			
Standard	Angabepflicht	In Übereinstimmung mit den ESRS	Seite
Umweltinformationen	GOV-3 - Einbeziehung der nachhaltigkeitsbezogenen Leistung in Anreizsysteme	ja	55
	E1-1 - Übergangsplan für den Klimaschutz	ja	68
	SBM-3 - Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	ja	66
	IRO-1 - Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen klimabezogenen Auswirkungen, Risiken und Chancen	ja	66
	E1-2 - Richtlinien im Zusammenhang mit dem Klimaschutz und der Anpassung an den Klimawandel	ja	70
	E1-3 - Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit den Klimarichtlinien	ja	70
	E1-4 - Ziele im Zusammenhang mit dem Klimaschutz und der Anpassung an den Klimawandel	ja	74
	E1-5 - Energieverbrauch und Energiemix	nein	77
	E1-6 - THG-Bruttoemissionen der Kategorien Scope 1, 2 und 3 sowie THG-Gesamtemissionen	nein	83
	E1-7 - Entnahme von Treibhausgasen und Projekte zur Verringerung von Treibhausgasen, finanziert über CO ₂ -Zertifikate	ja	82
ESRS E1 Klimawandel			

Standard	Angabepflicht	In Übereinstimmung mit den ESRS	Seite
ESRS E2 Umweltverschmutzung	IRO-1 – Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	ja	63
	E2-1 – Richtlinien im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	ja	85
	E2-2 – Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	ja	87
	E2-3 – Ziele im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	ja	88
ESRS E3 Wasser	IRO-1 – Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Wasser- und Meeresressourcen	ja	63
	E3-1 – Richtlinien im Zusammenhang mit Wasser- und Meeresressourcen	ja	90
	E3-2 – Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Wasser- und Meeresressourcen	ja	91
	E3-3 – Ziele im Zusammenhang mit Wasser- und Meeresressourcen	ja	93
	E3-4 – Wasserverbrauch	nein	95
ESRS E4 Biologische Vielfalt und Ökosysteme	SBM-3 – Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	ja	96
	IRO-1 – Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen	ja	96
	E4-2 – Richtlinien im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen	ja	97
	E4-3 – Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen	ja	98
	E4-4 – Ziele im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen	ja	99
ESRS E5 Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	IRO-1 – Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	ja	63
	E5-1 – Richtlinien im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	ja	101
	E5-2 – Maßnahmen und Mittel im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	ja	102
	E5-3 – Ziele im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	ja	104
	E5-4 – Ressourcenzuflüsse	nein	106
	E5-5 – Ressourcenabflüsse	nein	106
Standard	Angabepflicht	In Übereinstimmung mit den ESRS	Seite
Sozialinformationen			
ESRS S1 Arbeitskräfte des Unternehmens	SBM-2 – Interessen und Standpunkte der Interessenträger	ja	60
	SBM-3 – Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	ja	118
	S1-1 – Richtlinien im Zusammenhang mit den Arbeitskräften des Unternehmens	nein	118
	S1-2 – Verfahren zur Einbeziehung der Arbeitskräfte des Unternehmens und von Arbeitnehmervertretern in Bezug auf Auswirkungen	ja	122
	S1-3 – Verfahren zur Verbesserung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die die Arbeitskräfte des Unternehmens Bedenken äußern können	ja	124

Standard	Angabepflicht	In Übereinstimmung mit den ESRS	Seite
	S1-4 - Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen auf die Arbeitskräfte des Unternehmens und Ansätze zum Management wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit den Arbeitskräften des Unternehmens sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen	nein	124
	S1-5 - Ziele im Zusammenhang mit der Bewältigung wesentlicher negativer Auswirkungen, der Förderung positiver Auswirkungen und dem Umgang mit wesentlichen Risiken und Chancen	nein	135
	S1-6 - Merkmale der Arbeitnehmer des Unternehmens	ja	141
	S1-9 - Diversitätskennzahlen	ja	143
	S1-14 - Kennzahlen für Gesundheitsschutz und Sicherheit	nein	143
	S1-16 - Vergütungskennzahlen (Verdienstunterschiede und Gesamtvergütung)	nein	144
ESRS S2 Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette¹	SBM-2 - Interessen und Standpunkte der Interessenträger	ja	60
	SBM-3 - Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	ja	146
	S2-1 - Richtlinien im Zusammenhang mit Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette	ja	146
	S2-2 - Verfahren zur Einbeziehung der Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette in Bezug auf Auswirkungen	ja	148
	S2-3 - Verfahren zur Verbesserung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die die Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette Bedenken äußern können	ja	149
	S2-4 - Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen auf Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette und Ansätze zum Management wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen	ja	150
	S2-5 - Ziele im Zusammenhang mit der Bewältigung wesentlicher negativer Auswirkungen, der Förderung positiver Auswirkungen und dem Umgang mit wesentlichen Risiken und Chancen	ja	153
	SBM-2 - Interessen und Standpunkte der Interessenträger	ja	60
	SBM-3 - Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	ja	154
	S3-1 - Richtlinien im Zusammenhang mit betroffenen Gemeinschaften	ja	154
ESRS S3 Betroffene Gemeinschaften¹	S3-2 - Verfahren zur Einbeziehung betroffener Gemeinschaften in Bezug auf Auswirkungen	ja	155
	S3-3 - Verfahren zur Verbesserung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die betroffene Gemeinschaften Bedenken äußern können	ja	155
	S3-4 - Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen und Ansätze zur Minderung wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit betroffenen Gemeinschaften sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen	ja	156
	S3-5 - Ziele im Zusammenhang mit der Bewältigung wesentlicher negativer Auswirkungen, der Förderung positiver Auswirkungen und dem Umgang mit wesentlichen Risiken und Chancen	ja	158
	SBM-2 - Interessen und Standpunkte der Interessenträger	ja	60
ESRS S4 Verbraucher*innen und Endnutzer*innen¹	SBM-3 - Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	ja	159
	S4-1 - Richtlinien im Zusammenhang mit Verbrauchern und Endnutzern	ja	159
	S4-2 - Verfahren zur Einbeziehung von Verbrauchern und Endnutzern in Bezug auf Auswirkungen	ja	162
	S4-3 - Verfahren zur Verbesserung negativer Auswirkungen und Kanäle, über die Verbraucher und Endnutzer Bedenken äußern können	ja	163

Standard	Angabepflicht	In Übereinstimmung mit den ESRS	Seite
	S4-4 – Ergreifung von Maßnahmen in Bezug auf wesentliche Auswirkungen auf Verbraucher und Endnutzer und Ansätze zum Management wesentlicher Risiken und zur Nutzung wesentlicher Chancen im Zusammenhang mit Verbrauchern und Endnutzern sowie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen	ja	163
	S4-5 – Ziele im Zusammenhang mit der Bewältigung wesentlicher negativer Auswirkungen, der Förderung positiver Auswirkungen und dem Umgang mit wesentlichen Risiken und Chancen	ja	165

¹ Die Bewertung der ESRS-Konformität erfolgt unter Berücksichtigung der im Quick-Fix Delegated Act vorgesehenen Erleichterungen.

Standard	Angabepflicht	In Übereinstimmung mit den ESRS	Seite
Governance-Informationen			
	GOV-1 – Die Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane	ja	51
ESRS G1 Unternehmensführung	IRO-1 – Beschreibung der Verfahren zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen	ja	63
	G1-1 – Unternehmenskultur und Richtlinien für die Unternehmensführung	ja	166

B. Liste der Datenpunkte in generellen und themenbezogenen Standards, die sich aus anderen EU-Rechtsvorschriften ergeben

Angabe-pflicht	Daten-punkt	Bezeichnung	SFDR-Referenz	Säule-3-Referenz	Benchmark-Verordnungs-Referenz	EU-Klimagesetz-Referenz	Seite
ESRS 2 GOV-1	21 (d)	Geschlechtervielfalt in den Leitungs- und Kontrollorganen	Indikator Nr. 13 in Anhang 1 Tabelle 1		Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816 der Kommission, Anhang II		51
ESRS 2 GOV-1	21 (e)	Prozentsatz der Leitungsorganmitglieder, die unabhängig sind			Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816 der Kommission, Anhang II		51
ESRS 2 GOV-4	30	Erklärung zur Sorgfaltspflicht	Indikator Nr. 10 in Anhang 1 Tabelle 3				182
ESRS 2 SBM-1	40 (d) i	Beteiligung an Aktivitäten im Zusammenhang mit fossilen Brennstoffen	Indikator Nr. 4 Tabelle 1 in Anhang 1	Artikel 449a der Verordnung (EU) Nr. 575/2013; Durchführungsverordnung (EU) 2022/2453 der Kommission, Tabelle 1: Qualitative Angaben zu Umweltrisiken, und Tabelle 2: Qualitative Angaben zu sozialen Risiken	Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816 der Kommission, Anhang II		57
ESRS 2 SBM-1	40 (d) ii	Beteiligung an Aktivitäten im Zusammenhang mit der Herstellung von Chemikalien	Indikator Nr. 9 in Anhang 1 Tabelle 2		Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816 der Kommission, Anhang II		57
ESRS 2 SBM-1	40 (d) iii	Beteiligung an Tätigkeiten im Zusammenhang mit umstrittenen Waffen	Indikator Nr. 14 in Anhang 1 Tabelle 1		Delegierte Verordnung (EU) 2020/1818, Artikel 12 Absatz 1 Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816, Anhang II		57
ESRS 2 SBM-1	40 (d) iv	Beteiligung an Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Anbau und der Produktion von Tabak			Delegierte Verordnung (EU) 2020/1818, Artikel 12 Absatz 1 Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816, Anhang II		57
ESRS E1-1	14	Übergangsplan zur Verwirklichung der Klimaneutralität bis 2050				Verordnung (EU) 2021/1119, Artikel 2 Absatz 1	68
ESRS E1-1	16 (g)	Unternehmen, die von den Paris-abgestimmten Referenzwerten ausgenommen sind		Artikel 449a Verordnung (EU) Nr. 575/2013; Durchführungsverordnung (EU) 2022/2453 der Kommission, Meldebogen 1: Anlagebuch – Übergangsrisiko im Zusammenhang mit dem Klimawandel: Kreditqualität der Risikopositionen nach Sektoren, Emissionen und Restlaufzeit	Delegierte Verordnung (EU) 2020/1818, Artikel 12 Absatz 1 Buchstaben d bis g und Artikel 12 Absatz 2		68

Angabe- pflicht	Daten- punkt	Bezeichnung	SFDR-Referenz	Säule-3-Referenz	Benchmark- Verordnungs- Referenz	EU-Klimagesetz- Referenz	Seite
ESRS E1-4	34	THG- Emissionsreduk- tionsziele	Indikator Nr. 4 in Anhang 1 Tabelle 2	Artikel 449a Verordnung (EU) Nr. 575/2013; Durchführungs- verordnung (EU) 2022/2453 der Kommission, Meldebogen 3: Anlagebuch – Übergangsrisiko im Zusammenhang mit dem Klimawandel: Angleichungs- kennzahlen	Delegierte Verordnung (EU) 2020/1818, Artikel 6		75
ESRS E1-5	38	Energieverbrauch aus fossilen Brennstoffen aufgeschlüsselt nach Quellen (nur klimaintensive Sektoren)	Indikator Nr. 5 in Anhang 1 Tabelle 1 und Indikator Nr. 5 in Anhang 1 Tabelle 2				77
ESRS E1-5	37	Energieverbrauch und Energiemix	Indikator Nr. 5 in Anhang 1 Tabelle 1				77
ESRS E1-5	40-43	Energieintensität im Zusammenhang mit Tätigkeiten in klimaintensiven Sektoren	Indikator Nr. 6 in Anhang 1 Tabelle 1				nicht berich- tet
ESRS E1-6	44	THG- Bruttoemissionen der Kategorien Scope 1, 2 und 3 sowie THG- Gesamtemissionen	Indikatoren Nr. 1 und 2 in Anhang 1 Tabelle 1	Artikel 449a Verordnung (EU) Nr. 575/2013; Durchführungs- verordnung (EU) 2022/2453 der Kommission, Meldebogen 1: Anlagebuch – Übergangsrisiko im Zusammenhang mit dem Klimawandel: Kreditqualität der Risikopositionen nach Sektoren, Emissionen und Restlaufzeit	Delegierte Verordnung (EU) 2020/1818, Artikel 5 Absatz 1, Artikel 6 und Artikel 8 Absatz 1		83
ESRS E1-6	53-55	Intensität der THG- Bruttoemissionen	Indikator Nr. 3 Tabelle 1 in Anhang 1	Artikel 449a der Verordnung (EU) Nr. 575/2013; Durchführungs- verordnung (EU) 2022/2453 der Kommission, Meldebogen 3: Anlagebuch – Übergangsrisiko im Zusammenhang mit dem Klimawandel: Angleichungs- kennzahlen	Delegierte Verordnung (EU) 2020/1818, Artikel 8 Absatz 1		nicht berich- tet
ESRS E1-7	56	Entnahme von Treibhausgasen und CO ₂ -Zertifikate				Verordnung (EU) 2021/1119, Artikel 2 Absatz 1	82
ESRS E1-9	66	Risikoposition des Referenzwert- Portfolios gegenüber klimabezogenen physischen Risiken			Delegierte Verordnung (EU) 2020/1818, Anhang II Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816, Anhang II		Phase-in

Angabe- pflicht	Daten- punkt	Bezeichnung	SFDR-Referenz	Säule-3-Referenz	Benchmark- Verordnungs- Referenz	EU-Klimagesetz- Referenz	Seite
ESRS E1-9	66 (a)	Aufschlüsselung der Geldbeträge nach akutem und chronischem physischem Risiko		Artikel 449a der Verordnung (EU) Nr. 575/2013; Durchführungsverordnung (EU) 2022/2453 der Kommission, Absätze 46 und 47; Meldebogen 5: Anlagebuch – Physisches Risiko im Zusammenhang mit dem Klimawandel: Risikopositionen mit physischem Risiko			Phase-in
ESRS E1-9	66 (c)	Ort, an dem sich erhebliche Vermögenswerte mit wesentlichem physischen Risiko befinden		Artikel 449a der Verordnung (EU) Nr. 575/2013; Durchführungsverordnung (EU) 2022/2453 der Kommission, Absatz 34; Meldebogen 2: Anlagebuch – Übergangsrisiko im Zusammenhang mit dem Klimawandel: Durch Immobilien besicherte Darlehen – Energieeffizienz der Sicherheiten			Phase-in
ESRS E1-9	67 (c)	Aufschlüsselungen des Buchwerts seiner Immobilien nach Energieeffizienzklassen		Artikel 449a der Verordnung (EU) Nr. 575/2013; Durchführungsverordnung (EU) 2022/2453 der Kommission, Absatz 34; Meldebogen 2: Anlagebuch – Übergangsrisiko im Zusammenhang mit dem Klimawandel: Durch Immobilien besicherte Darlehen – Energieeffizienz der Sicherheiten			Phase-in
ESRS E1-9	69	Grad der Exposition des Portfolios gegenüber klimabezogenen Chancen			Delegierte Verordnung (EU) 2020/1818 der Kommission, Anhang II		Phase-in
ESRS E2-4	28	Menge jedes in Anhang II der E-PRTR-Verordnung (Europäisches Schadstofffreisetzungs- und -verbringungsregister) aufgeführten Schadstoffs, der in Luft, Wasser und Boden emittiert wird	Indikator Nr. 8 in Anhang 1 Tabelle 1 Indikator Nr. 2 in Anhang 1 Tabelle 2 Indikator Nr. 1 in Anhang 1 Tabelle 2 Indikator Nr. 3 in Anhang 1 Tabelle 2				nicht wesentlich
ESRS E3-1	9	Wasser- und Meeresressourcen	Indikator Nr. 7 in Anhang 1 Tabelle 2				90
ESRS E3-1	13	Spezielles Konzept	Indikator Nr. 8 in Anhang 1 Tabelle 2				90
ESRS E3-1	14	Nachhaltige Ozeane und Meere	Indikator Nr. 12 in Anhang 1 Tabelle 2				nicht wesentlich
ESRS E3-4	28 (c)	Gesamtmenge des zurückgewonnenen und wiederverwendeten Wassers	Indikator Nr. 6,2 in Anhang 1 Tabelle 2				95
ESRS E3-4	29	Gesamtwasserverbrauch in m³ je Nettoerlös aus eigenen Tätigkeiten	Indikator Nr. 6,1 in Anhang 1 Tabelle 2				nicht berichtet
ESRS 2 – SBM-3 – E4	16 (a) i		Indikator Nr. 7 in Anhang 1 Tabelle 1				96
ESRS 2 – SBM-3 – E4	16 (b)		Indikator Nr. 10 in Anhang 1 Tabelle 2				96

Angabe- pflicht	Daten- punkt	Bezeichnung	SFDR-Referenz	Säule-3-Referenz	Benchmark- Verordnungs- Referenz	EU-Klimagesetz- Referenz	Seite
ESRS 2 – SBM-3 – E4	16 (c)		Indikator Nr. 14 in Anhang 1 Tabelle 2				96
ESRS E4-2	24 (b)	Nachhaltige Verfahren oder Konzepte im Bereich Landnutzung und Landwirtschaft	Indikator Nr. 11 in Anhang 1 Tabelle 2				97
ESRS E4-2	24 (c)	Nachhaltige Verfahren oder Konzepte im Bereich Ozeane/Meere	Indikator Nr. 12 in Anhang 1 Tabelle 2				nicht we- sentlich
ESRS E4-2	24 (d)	Konzepte für die Bekämpfung der Entwaldung	Indikator Nr. 15 in Anhang 1 Tabelle 2				97
ESRS E5-5	37 (d)	Nicht recycelte Abfälle	Indikator Nr. 13 in Anhang 1 Tabelle 2				nicht we- sentlich
ESRS E5-5	39	Gefährliche und radioaktive Abfälle	Indikator Nr. 9 in Anhang 1 Tabelle 1				nicht we- sentlich
ESRS 2 SBM-3 – S1	14 (f)	Risiko von Zwangsarbeit	Indikator Nr. 13 in Anhang I Tabelle 3				118
ESRS 2 SBM-3 – S1	14 (g)	Risiko von Kinderarbeit	Indikator Nr. 12 in Anhang I Tabelle 3				118
ESRS S1-1	20	Verpflichtungen im Bereich der Menschenrechts- politik	Indikator Nr. 9 in Anhang I Tabelle 3 und Indikator Nr. 11 in Anhang I Tabelle 1				118
ESRS S1-1	21	Vorschriften zur Sorgfaltsprüfung in Bezug auf Fragen, die in den grundlegenden Konventionen 1 bis 8 der Internationalen Arbeitsorganisation behandelt werden			Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816 der Kommission, Anhang II		118
ESRS S1-1	22	Verfahren und Maßnahmen zur Bekämpfung des Menschenhandels	Indikator Nr. 11 in Anhang I Tabelle 3				118
ESRS S1-1	23	Konzept oder Managementsystem für die Verhütung von Arbeitsunfällen	Indikator Nr. 1 in Anhang I Tabelle 3				118
ESRS S1-3	32 (c)	Bearbeitung von Beschwerden	Indikator Nr. 5 in Anhang I Tabelle 3				124
ESRS S1-14	88 (b) und (c)	Zahl der Todesfälle und Zahl und Quote der Arbeitsunfälle	Indikator Nr. 2 in Anhang I Tabelle 3		Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816 der Kommission, Anhang II		143
ESRS S1-14	88 (e)	Anzahl der durch Verletzungen, Unfälle, Todesfälle oder Krankheiten bedingten Ausfalltage	Indikator Nr. 3 in Anhang I Tabelle 3				143
ESRS S1-16	97 (a)	Unbereinigtes geschlechts- spezifisches Verdienstgefälle	Indikator Nr. 12 in Anhang I Tabelle 1		Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816 der Kommission, Anhang II		144

Angabe- pflicht	Daten- punkt	Bezeichnung	SFDR-Referenz	Säule-3-Referenz	Benchmark- Verordnungs- Referenz	EU-Klimagesetz- Referenz	Seite
ESRS S1-16	97 (b)	Überhöhte Vergütung von Mitgliedern der Leitungsorgane	Indikator Nr. 8 in Anhang I Tabelle 3				144
ESRS S1-17	103 (a)	Fälle von Diskriminierung	Indikator Nr. 7 in Anhang I Tabelle 3				nicht berich- tet
ESRS S1-17	104 (a)	Nichteinhaltung der Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte und der OECD- Leitlinien	Indikator Nr. 10 in Anhang I Tabelle 1 und Indikator Nr. 14 in Anhang I Tabelle 3		Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816, Anhang II Delegierte Verordnung (EU) 2020/1818 Artikel 12 Absatz 1		nicht berich- tet
ESRS 2 SBM-3 – S2	11 (b)	Erhebliches Risiko von Kinderarbeit oder Zwangsarbeit in der Wertschöpfungs- kette	Indikatoren Nr. 12 und 13 in Anhang I Tabelle 3				146
ESRS S2-1	17	Verpflichtungen im Bereich der Menschenrechts- politik	Indikator Nr. 9 in Anhang 1 Tabelle 3 und Indikator Nr. 11 in Anhang 1 Tabelle 1				146
ESRS S2-1	18	Konzepte im Zusammenhang mit Arbeitskräften in der Wertschöpfungs- kette	Indikatoren Nr. 11 und 4 in Anhang 1 Tabelle 3				146
ESRS S2-1	19	Nichteinhaltung der Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte und der OECD- Leitlinien	Indikator Nr. 10 in Anhang 1 Tabelle 1		Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816, Anhang II Delegierte Verordnung (EU) 2020/1818 Artikel 12 Absatz 1		146
ESRS S2-1	19	Vorschriften zur Sorgfaltsprüfung in Bezug auf Fragen, die in den grundlegenden Konventionen 1 bis 8 der Internationalen Arbeitsorganisation behandelt werden			Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816 der Kommission, Anhang II		146
ESRS S2-4	36	Probleme und Vorfälle im Zusammenhang mit Menschenrechten innerhalb der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungs- kette	Indikator Nr. 14 in Anhang 1 Tabelle 3				149
ESRS S3-1	16	Verpflichtungen im Bereich der Menschenrechte	Indikator Nr. 9 in Anhang 1 Tabelle 3 und Indikator Nr. 11 in Anhang 1 Tabelle 1				154
ESRS S3-1	17	Nichteinhaltung der Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte und der OECD- Leitlinien	Indikator Nr. 10 in Anhang 1 Tabelle 1		Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816, Anhang II Delegierte Verordnung (EU) 2020/1818 Artikel 12 Absatz 1		154
ESRS S3-4	36	Probleme und Vorfälle im Zusammenhang mit Menschenrechten	Indikator Nr. 14 in Anhang 1 Tabelle 3				156

Angabe- pflicht	Daten- punkt	Bezeichnung	SFDR-Referenz	Säule-3-Referenz	Benchmark- Verordnungs- Referenz	EU-Klimagesetz- Referenz	Seite
ESRS S4-1	16	Konzepte im Zusammenhang mit Verbraucher*innen und Endnutzer*innen	Indikator Nr. 9 in Anhang 1 Tabelle 3 und Indikator Nr. 11 in Anhang 1 Tabelle 1				159
ESRS S4-1	17	Nichteinhaltung der Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte und der OECD- Leitlinien	Indikator Nr. 10 in Anhang 1 Tabelle 1		Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816, Anhang II Delegierte Verordnung (EU) 2020/1818 Artikel 12 Absatz 1		nicht we- sentlich
ESRS S4-4	35	Probleme und Vorfälle im Zusammenhang mit Menschenrechten	Indikator Nr. 14 in Anhang 1 Tabelle 3				nicht we- sentlich
ESRS G1-1	10 (b)	Übereinkommen der Vereinten Nationen gegen Korruption	Indikator Nr. 15 in Anhang 1 Tabelle 3				166
ESRS G1-1	10 (d)	Schutz von Hinweisgeber*innen (Whistleblowers)	Indikator Nr. 6 in Anhang 1 Tabelle 3				166
ESRS G1-4	24 (a)	Geldstrafen für Verstöße gegen Korruptions- und Bestechungsvor- schriften	Indikator Nr. 17 in Anhang 1 Tabelle 3		Delegierte Verordnung (EU) 2020/1816 der Kommission, Anhang II		nicht we- sentlich
ESRS G1-4	24 (b)	Standards zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung	Indikator Nr. 16 in Anhang 1 Tabelle 3				nicht we- sentlich

C. Erklärung zur Sorgfaltspflicht

Kernelemente der Sorgfaltspflicht	Abschnitt	Seite
	Informationen und Nachhaltigkeitsaspekte, mit denen sich die Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane des Unternehmens befassen	55
	Einbeziehung der nachhaltigkeitsbezogenen Leistung in Anreizsysteme	55
a) Einbindung der Sorgfaltspflicht in Governance, Strategie und Geschäftsmodell	Auswirkungen, Risiken und Chancen und ihr Zusammenspiel mit Strategie und Geschäftsmodell	63, 66, 85, 90, 96, 101, 118, 146, 154, 159, 166
b) Einbindung betroffener Interessenträger*innen in alle wichtigen Schritte der Sorgfaltspflicht	Interessen und Standpunkte der Interessenträger*innen	60
	Beschreibung des Verfahrens zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen	63, 66, 96
c) Ermittlung und Bewertung negativer Auswirkungen	Beschreibung des Verfahrens zur Ermittlung und Bewertung der wesentlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen	63, 66, 96
	Übergangsplan für den Klimaschutz	68
	Maßnahmen im Zusammenhang mit dem Klimawandel	70
	Maßnahmen im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	87
	Maßnahmen im Zusammenhang mit Wasser	91
	Maßnahmen im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen	98
d) Maßnahmen gegen diese negativen Auswirkungen	Maßnahmen im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	102
	Maßnahmen im Zusammenhang mit den Arbeitskräften des Unternehmens	124
	Maßnahmen im Zusammenhang mit den Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette	150
	Maßnahmen im Zusammenhang mit betroffenen Gemeinschaften	156
	Maßnahmen im Zusammenhang mit Verbraucher*innen und Endnutzer*innen	163
	Ziele im Zusammenhang mit dem Klimawandel	74
	Ziele im Zusammenhang mit Umweltverschmutzung	88
	Ziele im Zusammenhang mit Wasser	93
	Ziele im Zusammenhang mit biologischer Vielfalt und Ökosystemen	99
e) Nachverfolgung der Wirksamkeit dieser Bemühungen und Kommunikation	Ziele im Zusammenhang mit Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft	104
	Ziele im Zusammenhang mit den Arbeitskräften des Unternehmens	135
	Ziele im Zusammenhang mit den Arbeitskräften in der Wertschöpfungskette	153
	Ziele im Zusammenhang mit betroffenen Gemeinschaften	158
	Ziele im Zusammenhang mit Verbraucher*innen und Endnutzer*innen	165

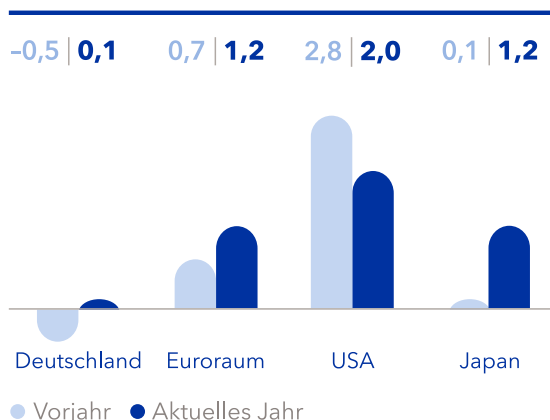
Wirtschaftsbericht

Wirtschaftliches Umfeld

Allgemeine wirtschaftliche Lage

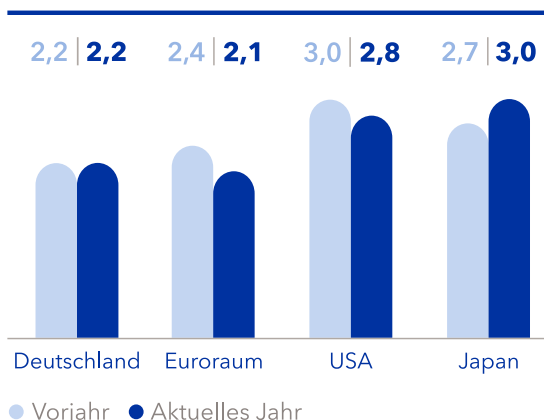
Bruttoinlandsprodukt¹

Veränderung zum Vorjahr (in %)



Inflationsrate¹

Veränderung zum Vorjahr (in %)



¹ Commerzbank Research – Chartbook November/Dezember 2025.

Die **Weltwirtschaft** verzeichnete 2025 nur ein moderates Wachstum, das durch unterschiedliche Entwicklungen in den großen Wirtschaftsregionen geprägt war. In den USA blieb die Konjunktur solide, getragen von robuster Binnenwirtschaft. Im Euroraum fiel das Wachstum verhalten aus, obwohl sich die Stimmungsindikatoren aufhellten und die Investitionstätigkeit zunahm. In Deutschland endete die Rezession, die Erholung blieb jedoch vor dem Hintergrund struktureller Herausforderungen und externer Belastungen fragil. In China schwächte sich der Wachstumstrend weiter ab, da anhaltende Probleme im Immobiliensektor und eine schwache Binnennachfrage die Wirtschaft bremsen. Insgesamt ging die Inflation in vielen Volkswirtschaften nur langsam zurück. Während sinkende Energiepreise Entlastung brachten, hielt der Inflationsdruck insgesamt an.

Die wirtschaftliche Entwicklung im **Euroraum** zeigte sich 2025 durchwachsen. Während ein moderates Wachstum zu verzeichnen war, blieb die Dynamik insgesamt verhalten. Die Entwicklung verlief regional unterschiedlich, wobei Länder wie Deutschland und Spanien Impulse zeigten, während andere Länder wie Frankreich weiterhin schwächelten. Die Unternehmensstimmung hellte sich deutlich auf und erreichte den höchsten Stand seit über zwei Jahren, getragen von Dienstleistern und steigenden Investitionen durch gesunkene Leitzinsen. Schwächere Exporte durch US-Zölle belasteten jedoch die Industrie. Die Inflation pendelte sich nahe dem EZB-Ziel ein. Steigende Tariflöhne wirkten preistreibend, während Energiepreise und Importe den Inflationsdruck abmilderten.

Die wirtschaftliche Situation in **Deutschland** zeigte sich 2025 leicht verbessert, blieb jedoch von Unsicherheiten geprägt. Die Stimmungsindikatoren zogen nach oben und die Rezession fand ihr Ende. Besonders in der Industrie verbesserte sich die Stimmung, trotz stagnierender Auftragseingänge, während der Bausektor einen leichten Aufwärtstrend zeigte, doch der Wohnungsbau verzeichnete keine nachhaltige Belebung. Die EZB senkte im vergangenen Jahr ihre Leitzinsen, deren Wirkung sich allmählich positiv bemerkbar machen dürfte. Der private Konsum legte moderat zu, blieb jedoch nicht

stark genug, um die gesamtwirtschaftliche Lage spürbar zu verbessern. Höhere US-Zölle und eine schwache Nachfrage aus China dämpften zusätzlich die Exporte.

Die wirtschaftliche Entwicklung in den **USA** zeigte sich 2025 weiterhin solide. Robuster privater Konsum und dynamische Investitionen, insbesondere in Infrastruktur der künstlichen Intelligenz, trugen zum Wachstum bei. Der Regierungsstillstand dürfte das Wachstum kurzfristig gebremst haben. Die Konjunktur blieb jedoch insgesamt stabil. Trotz eines hohen Leitzinsniveaus blieben die Finanzierungsbedingungen insgesamt günstig, unter anderem durch zu erwartende Zinssenkungen. Die Inflation entwickelte sich insgesamt gedämpft und die Wirkung der Zölle fiel bisher milder aus als erwartet. Importabhängige Güter zeigen jedoch überdurchschnittliche Preisanstiege. Die US-Notenbank lockerte schrittweise ihre Zinspolitik.

Im Jahr 2025 erlebte die **japanische** Wirtschaft eine robuste Entwicklung, getrieben durch eine starke Binnennachfrage. Während Exporte und Wohnungsbauinvestitionen vorübergehend zurückgingen, blieben private Konsumausgaben und Unternehmensinvestitionen insgesamt robust. Trotz US-Zöllen hielten Exporte in Nicht-US-Märkte und der Tourismus die Aktivität aufrecht. Dennoch führten temporäre Schwächen bei Exporten und Wohnungsbauinvestitionen im dritten Quartal zu gemischten Ergebnissen. Das im Herbst beschlossene Konjunkturpaket mit Investitionen in KI, Halbleiter und Verteidigung trug zur Stabilisierung und Modernisierung der Wirtschaft bei.

Die Entwicklung in den **Wachstumsmärkten** ergab ein gemischtes Bild. Im Jahr 2025 stand **Chinas** Wirtschaft weiterhin unter Druck. Die Binnenkonjunktur blieb verhalten, obwohl staatliche Banken und lokale Regierungen mehr Anleihen zur Unterstützung von Investitionsprojekten ausgeben durften. Während die Industrie von starken Exporten profitierte, verhinderten strukturelle Probleme wie der aufgeblähte Immobiliensektor und die Verschuldung lokaler Regierungen eine breit angelegte Erholung. Hinzu kamen geopolitische Spannungen und höhere US-Zölle, die den Außenhandel belasteten. Die **brasilianische** Wirtschaft zeigte sich 2025 weiterhin robust. Der private Konsum verlor an Dynamik, während Investitionen durch hohe Zinsen und Unsicherheit gebremst wurden. Die Landwirtschaft blieb ein wichtiger Wachstumstreiber. Die Zentralbank straffte ihre Geldpolitik angesichts anhaltender Inflationsdrücke. Die wirtschaftliche Entwicklung im **Nahen Osten** beschleunigte sich im Jahr 2025. Trotz anhaltender Konflikte und Ölproduktionskürzungen milderten höhere Ölförderung in GCC-Ländern und starke Ergebnisse in Ägypten die Belastungen ab. US-Zölle wirkten indirekt durch gedämpfte Weltkonjunktur und Rohstoffpreise. Die **indische** Konjunktur blieb 2025 dynamisch. Private Konsum und Investitionen trieben das Wachstum, unterstützt durch sinkende Zinsen und öffentliche Kapitalausgaben. Dies spiegelte sich in starker BIP-Entwicklung und niedriger Inflation wider, unterstützt durch gute Ernten und sinkende Energiepreise. US-Zölle belasteten jedoch die Exporte. In den **südostasiatischen** Schwellenländern blieb die Dynamik 2025 auf einem hohen Niveau, kühlte jedoch durch US-Zölle leicht ab.

Absatzmarktentwicklung

Consumer

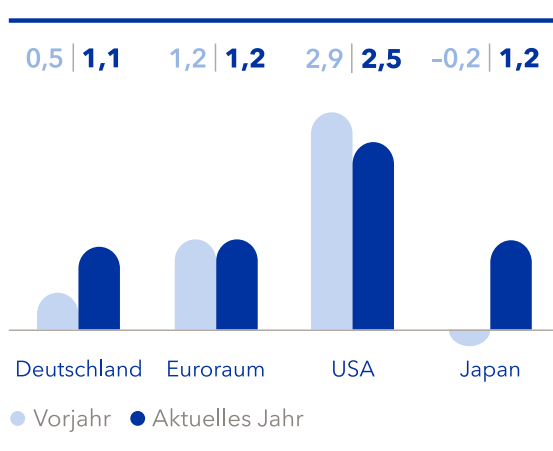
Das globale wirtschaftliche Umfeld blieb auch im Jahr 2025 herausfordernd. Während sich der Druck in den Lieferketten verringerte, beeinträchtigten geopolitische Spannungen und Handelsstörungen weiterhin die Materialverfügbarkeit und die Kosten. In wichtigen Märkten schwächte sich die Inflation ab, jedoch belasteten weiterhin hohe Zinssätze und Wechselkursschwankungen die Konsumausgaben. Weltweit verlangsamten sich die Hauptpflegemärkte deutlich und verzeichneten zuletzt nur ein geringes einstelliges Wachstum. Lokale und Indie-Marken¹⁶ gewannen Marktanteile hinzu, während große Hersteller unter Druck standen. Der europäische Massenmarkt zeigte sich widerstandsfähig, getragen

¹⁶ Sind oft unabhängige Marken, die eine klare eigene Identität haben und häufig von lokalen oder spezialisierten Unternehmen geführt werden.

von Volumen- und Mixverbesserungen statt von Preissteigerungen. In Nordamerika wuchsen die Segmente Mass Market und Derma kontinuierlich, gestützt durch eine starke Entwicklung im Körperpflegebereich und den zunehmenden Einfluss von Challenger Marken. In vielen Schwellenländern schwächte sich das Wachstum ab, und die Verbraucher agierten zunehmend preisbewusst. Gleichzeitig sind Konsumenten stärker denn je digital vernetzt, was zu einem kräftigen Wachstum im E-Commerce führte und das Kaufverhalten nachhaltig veränderte. Das Premium-Hautpflegesegment sah sich globalen Gegenwinden ausgesetzt, wobei Asien – insbesondere China und Reiseeinzelhandel – maßgeblich zum Rückgang beitrug. Die diskretionären Ausgaben standen weiter unter Druck, und der Reiseeinzelhandel schwächte sich ab, was ein wettbewerbsintensiveres Umfeld für Luxusmarken schuf.

Privater Konsum¹

Veränderung zum Vorjahr (in %)



¹ OECD.

tesa

Im Geschäftsjahr 2025 war tesa von einem weiterhin herausfordernden und volatilen globalen Umfeld geprägt. Trotz moderat sinkender Inflation und gelockerter Geldpolitik blieb das Wachstum verhalten. Geopolitische Spannungen – insbesondere der Krieg in der Ukraine und Eskalationen im Nahen Osten – sowie wirtschaftliche Unsicherheiten in China und Nordamerika, verstärkt durch neue US-Zölle, verteuern Lieferketten und Produktionskosten. Arbeitsmärkte in Industrieländern bleiben angespannt, während steigende Rohstoff- und Lohnkosten den Kostendruck hochhalten. Nach einem schwachen Wachstum 2024 stagniert die Automobilproduktion, vor allem in Europa, belastet durch Handelsbarrieren (u. a. US-Zölle). Elektronikmärkte erholen sich moderat dank stabiler Nachfrage bei PCs und Tablets sowie Investitionen in KI, während Konsumelektronik nur leicht wächst. Andere industrielle Märkte leiden unter Unsicherheit, Preisdruck und hohen Zinssätzen, was die Nachfrage in Europa und Nordamerika dämpft. Nach den starken Preissteigerungen der Vorjahre bleibt der Konsumgütermarkt 2025 unter erheblichem Preisdruck. Die Nachfrage in entwickelten Märkten, insbesondere in Europa, erholt sich kaum – belastet durch wirtschaftliche Unsicherheiten, hohe Zinssätze und gestiegene Lebenshaltungskosten.

Beschaffungsmarktentwicklung

Im Jahr 2025 hat sich die Entspannung auf wichtigen Material- und Dienstleistungsmärkten weiter gefestigt. Ursächlich dafür waren die verhaltene globale Konjunktur, insbesondere das weiterhin unter den Erwartungen liegende Wachstum in China und Europa, sowie rückläufige Energiepreise und nachlassende Inflation. Auch die Preise für Rohstoffe und Vorprodukte sanken im Durchschnitt

nochmals. Eine Ausnahme bildete erneut der Palmölmarkt, der sich durch strukturelle Angebotsengpässe und wetterbedingt schwankende Ernten in Südostasien verknappte. Dies führte zu erhöhten Preisen für Palmöl und palmölbasierte Rohstoffe. In diesem gegenüber dem Vorjahr erneut verbesserten Beschaffungsumfeld konnten wir – in Verbindung mit konsequentem Engpassmanagement und bevorzugten Partnerschaften mit strategischen Lieferanten – Lieferengpässe weiter reduzieren und weitestgehend vermeiden.

Gesamtaussage zu den Rahmenbedingungen

Der globale Kosmetikmarkt entwickelte sich im Jahr 2025 insgesamt verhaltener, bei gegenüber dem Vorjahr nachlassender Wachstumsdynamik, in einem weiterhin herausfordernden makroökonomischen Umfeld. Im Massenmarkt, in dem NIVEA aktiv ist, wurde das Wachstum weiterhin vor allem durch Volumenzuwächse getragen, während der Beitrag aus Preiserhöhungen weiter zurückging. In einzelnen Regionen, insbesondere in Lateinamerika und Osteuropa, entwickelte sich der Markt im Vergleich zu anderen Regionen verhaltener. Der dermokosmetische Hautpflegemarkt verzeichnete eine deutliche Abschwächung des Wachstums im Einklang mit der allgemeinen Marktverlangsamung, auch wenn die anhaltend hohe Nachfrage nach wissenschaftlich basierten Produkten weiterhin stabilisierend wirkte. Skin Care blieb 2025 die wichtigste Wachstums- und Fokus-Kategorie innerhalb des Unternehmensbereichs **Consumer** und stand weiterhin im Zentrum der Marketinginvestitionen.

Im Unternehmensbereich **tesa** war das Jahr 2025 weiterhin von wirtschaftlicher und geopolitischer Unsicherheit geprägt: Das Preisniveau blieb in einigen Regionen hoch, was die private Nachfrage dämpfte. Die globale Konjunktur zeigte sich zwar widerstandsfähig, lag jedoch unter Vorkrisenniveau, belastet durch Handelskonflikte, neue US-Zölle, geopolitische Spannungen und fragmentierte Lieferketten. Der Vorstand des Unternehmensbereichs tesa bewertet das Marktumfeld als volatil, doch tesa konnte dank Innovationskraft, Anpassungsfähigkeit und gezielten Investitionen wachsen – insbesondere in Schlüsselindustrien wie Elektromobilität und Elektronik. Auch der Anteil nachhaltiger Klebelösungen und Klebelösungen mit nachhaltigen Materialien wurde weiter ausgebaut.

Ertragslage¹⁷

Ertragslage Konzern

Gewinn- und Verlustrechnung

(in Mio. €)

	2024	2025	Entwicklung in % ¹
Umsatzerlöse	9.850	9.852	0,0
Kosten der umgesetzten Leistungen (ohne Sondereffekte)	-4.090	-4.165	1,8
Brutto-Ergebnis (ohne Sondereffekte)	5.760	5.687	-1,3
Marketing- und Vertriebskosten	-3.461	-3.454	-0,2
Forschungs- und Entwicklungskosten	-354	-365	3,3
Allgemeine Verwaltungskosten (ohne Sondereffekte)	-605	-580	-4,1
Sonstiges betriebliches Ergebnis (ohne Sondereffekte)	30	90	–
Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)	1.370	1.378	0,6
Sondereffekte	-76	-58	–
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	1.294	1.320	2,0
Finanzergebnis	32	28	–
Ergebnis vor Steuern	1.326	1.348	1,7
Ertragsteuern	-398	-393	-1,1
Jahresüberschuss	928	955	2,9

¹ Die prozentualen Veränderungen beziehen sich auf Werte in Tsd. €.

¹⁷ Durch die Wahl des Zahlenformats (in Mio. €) kann es zu Abweichungen von den tatsächlich gebuchten Beträgen bzw. zu rundungsbedingten Differenzen bei der Berechnung von Zwischen- und Endsummen kommen. Zudem beziehen sich die prozentualen Veränderungen auf Werte in Tsd. €.

Umsatz

Der Konzernumsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr organisch um 2,4 %. Der Unternehmensbereich **Consumer** konnte einen organischen Umsatzzuwachs von 2,5 % verzeichnen. Der Unternehmensbereich **tesa** erzielte ein organisches Umsatzwachstum von 1,8 %. Wechselkurse verringerten das nominale Wachstum des Konzerns um 2,4 Prozentpunkte. Nominal lag der Konzernumsatz bei 9.852 Mio. € und somit etwa auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 9.850 Mio. €).

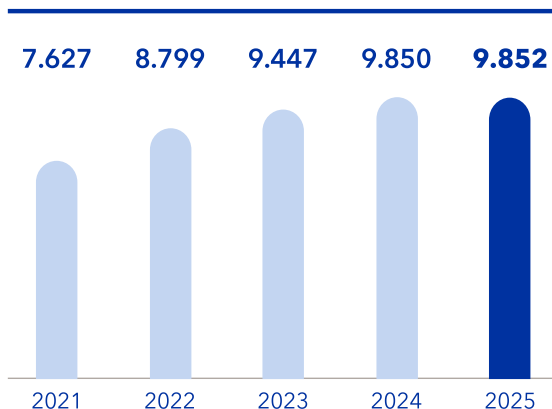
In **Europa** stieg der Umsatz organisch um 0,5 % gegenüber dem Vorjahr. Nominal belief sich der Umsatz auf 4.347 Mio. € (Vorjahr: 4.313 Mio. €) und lag damit um 0,8 % über dem Vorjahr.

Das organische Wachstum in **Amerika** lag 2,8 % über dem Vorjahr. Nominal ging der Umsatz um 2,4 % auf 2.505 Mio. € zurück (Vorjahr: 2.567 Mio. €).

Der Umsatz in der Region **Afrika/Asien/Australien** lag organisch um 4,9 % über dem Vorjahr. Nominal konnte ein Anstieg von 1,0 % auf 3.000 Mio. € (Vorjahr: 2.970 Mio. €) verzeichnet werden.

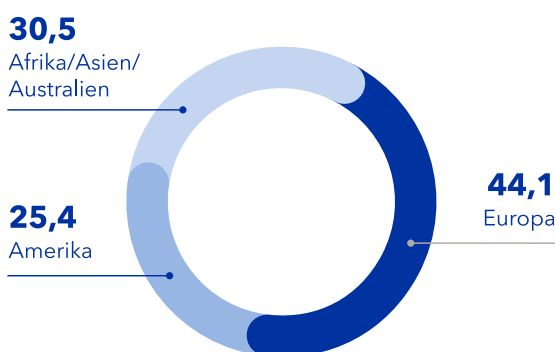
Umsatz Konzern

(in Mio. €)



Umsatz Konzern nach Regionen 2025

(in %)



Aufwand/sonstiges betriebliches Ergebnis

Die **Kosten der umgesetzten Leistungen** stiegen um 1,8 % und damit überproportional im Vergleich zur nominalen Umsatzentwicklung. Preis- und Produktmix-Effekte wirkten positiv auf die Bruttomarge, während Kosteneffekte sowie transaktionsbezogene Wechselkursveränderungen die Bruttomarge reduzierten.

Die **Marketing- und Vertriebskosten** lagen mit 3.454 Mio. € in etwa auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 3.461 Mio. €). Das Marketingbudget wird kontinuierlich an die sich verändernden Marktbedingungen und insbesondere an Änderungen im Mediennutzungsverhalten der Verbraucher angepasst. Insgesamt wurden 2.209 Mio. € (Vorjahr: 2.257 Mio. €) für Werbung und Handelsmarketing ausgegeben. Die rückläufige Entwicklung ist im Wesentlichen auf Umrechnungseffekte durch Währungsschwankungen sowie Effizienzmaßnahmen bei tesa zurückzuführen. Der Fokus lag weiterhin auf Investitionen in digitale Medien und Face Care.

Die **Aufwendungen für Forschung und Entwicklung** stiegen um 11 Mio. € auf 365 Mio. € (Vorjahr: 354 Mio. €). Die Schwerpunkte lagen weiterhin auf zukunftsweisenden Technologien und Forschungsfeldern, einer Intensivierung der Zusammenarbeit mit externen Partnern und neuen Digitalisierungsmöglichkeiten. Durch kontinuierliche Forschungsarbeit – auch unter Berücksichtigung regionaler Besonderheiten – wird auf die Wünsche unserer Verbraucher*innen weltweit eingegangen.

Die **allgemeinen Verwaltungskosten** lagen bei 580 Mio. € (Vorjahr: 605 Mio. €). Diese Entwicklung ist auf gestiegene Kostendisziplin, geringere Rückstellungen für variable Vergütungen sowie auf eine strukturelle Anpassung (weitere Standardisierung) der Allokation von Raum- und IT-Kosten auf die Funktionsbereiche zurückzuführen. Weiterhin werden im Konzern gezielte Investitionen in Nachhaltigkeit und Digitalisierung getätigt.

Das **sonstige betriebliche Ergebnis** (ohne Sondereffekte) beläuft sich auf 90 Mio. € (Vorjahr: 30 Mio. €). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf Wechselkurseffekte aus dem operativen Geschäft, Rückgang gebildeter Rückstellungen sowie Erträge im Rahmen des Klimaschutzvertrages bei tesa zurückzuführen.

Betriebliches Ergebnis (EBIT, ohne Sondereffekte)

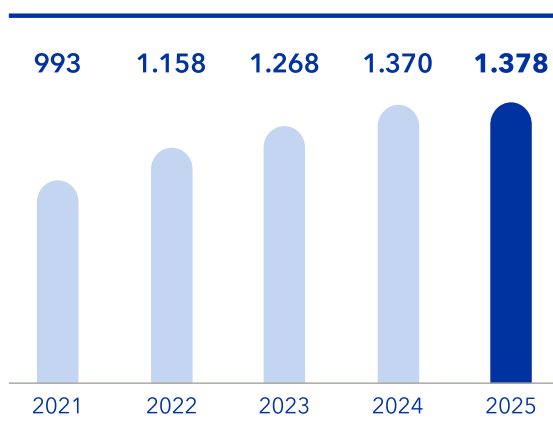
Die Beurteilung der operativen Ertragslage des Beiersdorf Konzerns erfolgt anhand des betrieblichen Ergebnisses (EBIT) ohne Sondereffekte. Sondereffekte sind einmalige, nicht operative Geschäftsvorfälle.

Das EBIT ohne Sondereffekte betrug 1.378 Mio. € (Vorjahr: 1.370 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 14,0 % (Vorjahr: 13,9 %). Der Unternehmensbereich Consumer erzielte ein EBIT ohne Sondereffekte von 1.108 Mio. € (Vorjahr: 1.094 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 13,6 % (Vorjahr: 13,4 %). Der Unternehmensbereich tesa erreichte ein EBIT ohne Sondereffekte von 270 Mio. € (Vorjahr: 276 Mio. €) und eine EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte von 16,1 % (Vorjahr: 16,3 %).

In **Europa** verzeichnete der Konzern ein EBIT ohne Sondereffekte von 716 Mio. € (Vorjahr: 681 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) lag bei 16,5 % (Vorjahr: 15,8 %). Das EBIT ohne Sondereffekte in **Amerika** lag bei 125 Mio. € (Vorjahr: 169 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) lag bei 5,0 % (Vorjahr: 6,6 %). In **Afrika/Asien/Australien** betrug das EBIT ohne Sondereffekte 537 Mio. € (Vorjahr: 520 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte) lag bei 17,9 % (Vorjahr: 17,5 %).

EBIT Konzern

ohne Sondereffekte (in Mio. €)



Sondereffekte

Die Sondereffekte im Konzern beliefen sich insgesamt auf 58 Mio. € (Vorjahr: 76 Mio. €). Die nachfolgende Tabelle zeigt eine detaillierte Übersicht der einzelnen Effekte.

Sondereffekte

(in Mio. €)

	2024	2025
EBIT vor Sondereffekten	1.370	1.378
Sondereffekte Consumer		
Reorganisationsaufwendungen für die Supply Chain und den Unternehmensbereich Consumer	-50	-29
Rechtsstreit im Zusammenhang mit dem Bau einer Anlage 2015 in Mexiko	–	-10
Übertragung eines Grundstücks am Standort Hamburg an die TROMA Alters- und Hinterbliebenenstiftung	27	–
Wertminderungen des Geschäfts- oder Firmenwerts von Chantecaille	-38	–
Aufwendungen aus dem „Care Beyond Skin“-Programm	-6	–
Summe	-67	-39
Sondereffekte tesa		
Reorganisationsaufwendungen für den Unternehmensbereich tesa	–	-19
Aufwendungen aus der Wertminderung des Geschäfts- oder Firmenwerts: tesa nie wieder bohren GmbH	-3	–
Wertminderung aus der Kaufpreisallokation von verbleibenden, der zahlungsmittelgenerierenden Einheit tesa nie wieder bohren GmbH zugeordneten immateriellen Vermögenswerte	-5	–
Aufwendungen aus dem „Care Beyond Skin“-Programm	-1	–
Summe	-9	-19
Summe Sondereffekte	-76	-58
EBIT	1.294	1.320

Betriebliches Ergebnis (EBIT)

Das betriebliche Ergebnis (EBIT) erreichte 1.320 Mio. € (Vorjahr: 1.294 Mio. €). Dies entspricht einer EBIT-Umsatzrendite von 13,4 % (Vorjahr: 13,1 %).

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis betrug 28 Mio. € (Vorjahr: 32 Mio. €), unter anderem bedingt durch einen Rückgang der Erträge aus kurzfristigen Wertpapieren der Kategorie FVPL.

Ertragsteuern

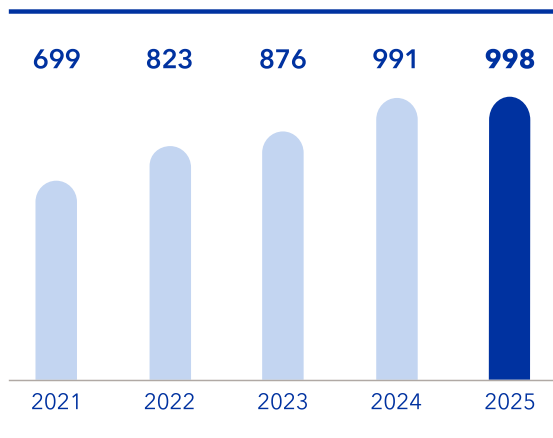
Der Ertragsteueraufwand lag bei 393 Mio. € (Vorjahr: 398 Mio. €). Die Steuerquote lag bei 29,1 % (Vorjahr: 30,0 %). Die Steuervorteile in Bezug auf die in der obigen Tabelle dargestellten „Sondereffekte“ betrugen 15 Mio. € (Vorjahr: 13 Mio. €).

Jahresüberschuss

Der Jahresüberschuss betrug 955 Mio. € (Vorjahr: 928 Mio. €), die Umsatzrendite nach Steuern lag bei 9,7 % (Vorjahr: 9,4 %). Ohne Sondereffekte stieg der Jahresüberschuss auf 998 Mio. € (Vorjahr: 991 Mio. €), die entsprechende Umsatzrendite nach Steuern lag bei 10,1 % (Vorjahr: 10,1 %).

Jahresüberschuss Konzern

ohne Sondereffekte (in Mio. €)



Ergebnis je Aktie - Dividende

Das Ergebnis je Aktie lag bei 4,25 € (Vorjahr: 4,05 €). Ohne Sondereffekte betrug es 4,44 € (Vorjahr: 4,33 €). Berechnet wurden diese Werte auf Basis der gewichteten Anzahl der dividendenberechtigten Aktien von 221.028.422 Stück (Vorjahr: 224.959.424 Stück). Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung eine Dividende in Höhe von 1,00 € je dividendenberechtigter Stückaktie vorschlagen (Vorjahr: 1,00 €). 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.-31.12.2024	01.01.-31.12.2025	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	3.546	3.590	1,2	0,9
Westeuropa	2.785	2.839	1,9	1,8
Osteuropa	761	751	-1,2	-2,3
Amerika	2.283	2.235	-2,1	3,1
Nordamerika	1.008	997	-1,1	3,8
Lateinamerika	1.275	1.238	-2,9	2,6
Afrika/Asien/Australien	2.333	2.351	0,8	4,5
Gesamt	8.162	8.176	0,2	2,5

Der Umsatz im Unternehmensbereich **Consumer** erreichte 2025 ein organisches Umsatzwachstum von 2,5 %. Wechselkurseffekte reduzierten das Wachstum um 2,3 Prozentpunkte. Nominal erhöhte sich der Umsatz somit um 0,2 % auf 8.176 Mio. € (Vorjahr: 8.162 Mio. €).

Trotz eines herausfordernden Jahres in den globalen Märkten konnte NIVEA (inklusive Labello) seinen Marktanteil in Japan, Mexiko, Spanien und Italien steigern. Marktanteilsverluste waren in den Märkten Deutschland, Polen, Thailand und Indonesien zu verzeichnen. Der Bereich Derma konnte mit den Marken Eucerin und Aquaphor in allen Regionen und in allen wichtigen Kategorien Marktanteile hinzugewinnen, wobei in Brasilien, Mexiko, Thailand, den USA, Schweden und Belgien eine besonders starke Entwicklung zu verzeichnen war. Der Bereich Health Care setzte seine positive Entwicklung fort und konnte in vielen Kernmärkten zulegen. Mit Marktanteilsgewinnen und der überzeugenden Performance seiner erfolgreichen Produktlinie Hansaplast Zweite Haut Schutz Pflaster konnte er seine Position als Marktführer weiter ausbauen.

Das EBIT ohne Sondereffekte betrug 1.108 Mio. € (Vorjahr: 1.094 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 13,6 % (Vorjahr: 13,4 %). Die EBIT-Erhöhung im Vergleich zum Vorjahr ist primär auf Effizienzsteigerungen zurückzuführen, die die Entwicklung der Bruttomarge mehr als ausgeglichen haben. Die Sondereffekte im Unternehmensbereich Consumer beliefen sich auf insgesamt 39 Mio. € (Vorjahr: 67 Mio. €). Für weitere Details bezüglich der Zusammensetzung der Sondereffekte verweisen wir auf die Tabelle „Sondereffekte“ unter „Ertragslage Konzern“. Das betriebliche Ergebnis nach Sondereffekten betrug 1.069 Mio. € (Vorjahr: 1.027 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite nach Sondereffekten lag bei 13,1 % (Vorjahr: 12,6 %).

NIVEA (inklusive Labello) verzeichnete 2025 weltweit ein organisches Wachstum von 0,9 %. Nominal lag der Umsatz bei 5.529 Mio. € (Vorjahr: 5.601 Mio. €). Das Wachstum der Marke NIVEA war preisgetrieben, während der Mengeneffekt negativ zu Buche schlug. Die Marke verzeichnete insbesondere in Nigeria, Indien, der Türkei, Japan und dem Vereinigten Königreich ein besonders starkes Umsatzwachstum, während es in Frankreich, den Niederlanden, Polen, Brasilien, Indonesien und China zu einem moderaten bis höheren Umsatzrückgang kam. Wichtigste Wachstumstreiber für NIVEA waren Universal Cremes und NIVEA SUN.

Auf Produktebene hatte NIVEA Deo ein herausforderndes Jahr, in dem insbesondere die Linien Protect & Care, Dry sowie das Skin Tone Management zurückgingen. Diese negativen Entwicklungen konnten nicht durch die positiven Umsatzzuwächse, beispielsweise aus der Einführung der NIVEA Deo Derma Control Serie, ausgeglichen werden. Die Einführung des neuen NIVEA CELLULAR Epigenetics Verjüngendes Serums markierte die bedeutendste Produkteinführung in der Kategorie NIVEA Face Care im Jahr 2025. Mit starken Beiträgen der Produktlinien NIVEA Soft, NIVEA Sun Protect & Moisture

sowie NIVEA Body Care Milk zeigte NIVEA, dass es nicht nur mit innovativen Neuerungen, sondern auch mit seinen Kernprodukten Wachstum erzielen kann.

Der Bereich **Derma** verzeichnete ein organisches Wachstum von 11,7 % und erzielte einen nominalen Umsatz von 1.492 Mio. € (Vorjahr 1.372 Mio. €). Alle Regionen und viele Markenkategorien leisteten einen positiven Beitrag zum Umsatzwachstum. Die Emerging Markets erwiesen sich auch 2025 als wichtigster Wachstumstreiber für Derma, getrieben durch eine solide Entwicklung in Lateinamerika, insbesondere Brasilien und Mexiko, sowie in Thailand. An zweiter Stelle rangiert Nordamerika, wo alle Markenkategorien Wachstum verbuchten und insbesondere Aquaphor ein starkes Ergebnis erzielte. Einen Umsatzrückgang verzeichnete Argentinien. Insgesamt wurde der Erfolg von Derma primär durch innovative Entwicklungen getrieben. Die Eucerin-Gesichtskategorie profitierte von der anhaltend starken Entwicklung von Innovationen wie dem Epigenetics Serum. Ein weiterer Wachstumsfaktor war die fortlaufende Expansion der Thiamidol®-Produktlinie, sowohl regional – mit der Einführung von Radiant Tone in den USA und von Thiamidol® in Festlandchina – als auch kategoriebezogen durch die starken Wachstumszahlen unserer innovativen Anti-Pigment Body-Lösungen. Der E-Commerce-Vertriebskanal wuchs erneut stärker als das Offline-Geschäft.

Health Care verzeichnete ein organisches Umsatzwachstum von 9,3 % und erreichte einen nominalen Umsatz von 299 Mio. € (Vorjahr: 282 Mio. €). Die Kategorie Wundversorgung erwies sich als zentraler Umsatztreiber, unterstützt durch die Einführung des erfolgreichen Zweite Haut Schutz Pflaster-Sortiments. Daneben verzeichneten Großpflaster erneut ein zweistelliges Wachstumsplus und konnten in allen Schlüsselmärkten zulegen.

Im Bereich der selektiven Kosmetik verringerte sich der organische Umsatz unserer Marke **La Prairie** um 4,5 %. Der nominale Umsatz sank von 509 Mio. € auf 478 Mio. €. Dieses Ergebnis ist im Wesentlichen auf Herausforderungen in China, konkret im Reiseeinzelhandel, zurückzuführen, wo der Premium-Hautpflegemarkt zweistellig rückläufig war. Anhaltend positiv entwickelte sich hingegen der E-Commerce-Kanal mit Schwerpunkt China. Durch die Markteinführung von White Caviar L'Extrait, Pure Gold Revitalising Essence sowie der beiden Formate der Skin Caviar Hydro Emulsion konnte der Umsatzrückgang teilweise ausgeglichen werden.

In der Region **Europa** lag der Umsatz organisch um 0,9 % über dem Vorjahr. Nominal stieg der Umsatz um 1,2 % auf 3.590 Mio. € (Vorjahr: 3.546 Mio. €).

In **Westeuropa** stieg der Umsatz organisch um 1,8 %. In Italien, Spanien und im Vereinigten Königreich konnte ein moderates Wachstum erreicht werden, während in den Ländern Frankreich und der Schweiz ein moderater Rückgang zu verzeichnen war. Die Umsätze mit den NIVEA Kategorien Universal Cremes, Sun, Face Care sowie den Eucerin Kategorien Body, Face und Sun entwickelten sich positiv, während die Umsätze bei NIVEA Deo, NIVEA Body Care und NIVEA Body Cleansing leicht sanken. Auch die Kategorie Wundversorgung des Bereichs Health Care trug positiv zum Umsatzwachstum bei. Bei der Marke La Prairie wirkte sich die negative Entwicklung des Reiseeinzelhandelsgeschäfts deutlich aus.

Der Umsatz in **Osteuropa** lag organisch um 2,3 % unter dem Vorjahr. Vor allem in Polen und Rumänien blieb der Umsatz unter dem Vorjahr. Einen Rückgang der nominalen Umsätze verzeichneten die Kategorien NIVEA Body Cleansing und NIVEA Face Care, während NIVEA Deo ein leichtes Wachstum erzielte. Die Kategorie Eucerin Face erzielte ein zweistelliges Umsatzwachstum.

In der Region **Amerika** konnte ein organisches Umsatzwachstum von 3,1 % erzielt werden. Nominal lag der Umsatz mit 2.235 Mio. € um 2,1 % unter dem Vorjahr (2.283 Mio. €).

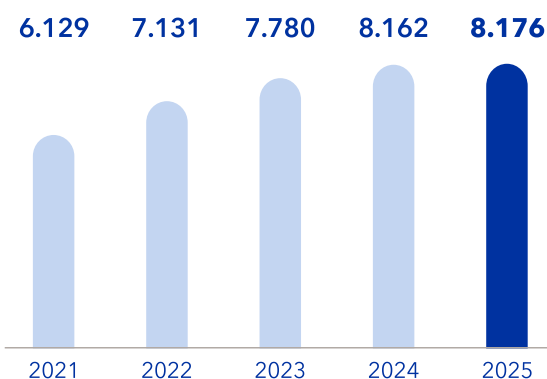
In **Nordamerika** konnte ein organisches Umsatzwachstum von 3,8 % erzielt werden. Als wesentliche Wachstumstreiber stellten sich die Marken Eucerin, Aquaphor und Chantecaille heraus. Die Umsätze von Coppertone blieben deutlich unter dem Vorjahr.

In **Lateinamerika** konnte ein organisches Umsatzwachstum von 2,6 % erzielt werden. In Mexiko, Kolumbien und Chile entwickelte sich der Umsatz positiv, während in Costa Rica, Panama und Argentinien ein höherer Rückgang zu verzeichnen war. Die NIVEA Kategorien Universal Cremes, Body Cleansing und Body Care erzielten ein starkes Wachstum, wohingegen die Kategorien Deo, Sun und Face Care unter dem Vorjahresniveau blieben. Eucerin verzeichnete in den Kategorien Body und Face eine starke Entwicklung, während die Kategorie Sun einen leichten Rückgang hinnehmen musste.

Der Umsatz in der Region **Afrika/Asien/Australien** erreichte organisch einen Anstieg von 4,5 %. Nominal stieg der Umsatz um 0,8 % auf 2.351 Mio. € (Vorjahr: 2.333 Mio. €). Positiv entwickelten sich die Umsätze in Australien, Japan, Nigeria, Indien, Saudi-Arabien, Thailand und der Türkei, während in China, Indonesien und Dubai Umsatzrückgänge verzeichnet wurden. In den NIVEA Kategorien Universal Cremes und Body Care konnte eine moderate Entwicklung erzielt werden, wohingegen die Kategorie Deo leicht unter dem Vorjahr lag. Eucerin erreichte ebenfalls ein starkes Wachstum in der Region, vor allem in den Kategorien Face und Body. Health Care wies zudem eine starke Entwicklung im Bereich Wundversorgung auf.

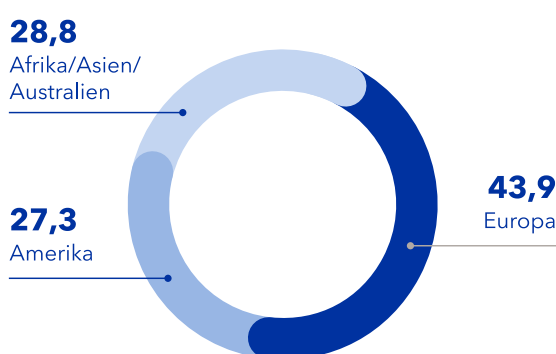
Umsatz Consumer

(in Mio. €)



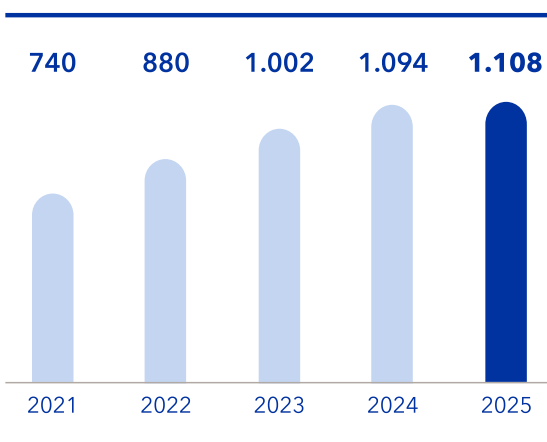
Umsatz Consumer nach Regionen 2025

(in %)



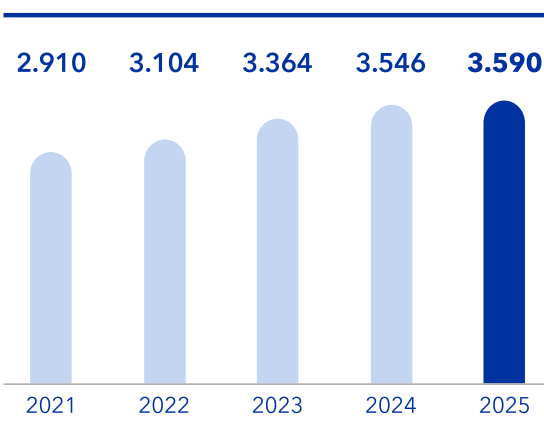
EBIT Consumer

ohne Sondereffekte (in Mio. €)



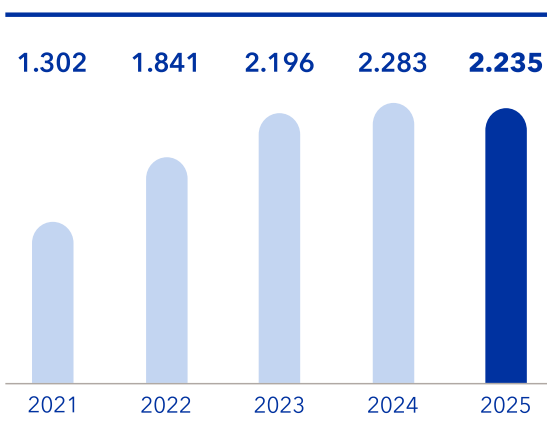
Umsatz Consumer in Europa

(in Mio. €)



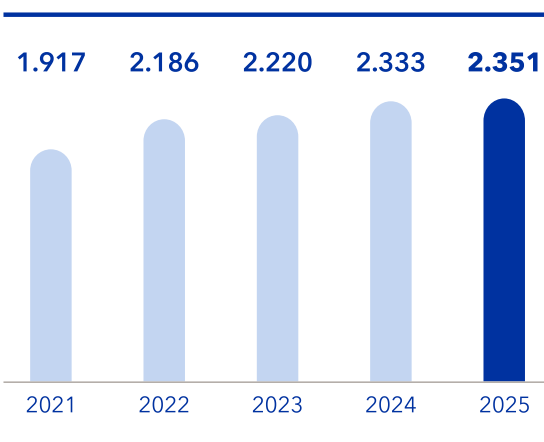
Umsatz Consumer in Amerika

(in Mio. €)



Umsatz Consumer in Afrika/Asien/Australien

(in Mio. €)



tesa

Umsatzentwicklung Unternehmensbereich tesa

(in Mio. €)

	01.01.-31.12.2024	01.01.-31.12.2025	Entwicklung (in %)	
			nominal	organisch
Europa	767	757	-1,3	-1,5
Amerika	284	270	-4,9	-0,2
Afrika/Asien/Australien	637	649	1,9	6,6
Gesamt	1.688	1.676	-0,7	1,8

tesa konnte im Jahr 2025 in einem herausfordernden wirtschaftlichen Marktumfeld ein organisches Umsatzwachstum von 1,8 % erzielen. Wechselkurseffekte reduzierten diese Entwicklung um 2,5 Prozentpunkte. Nominal verringerte sich der Umsatz von 1.688 Mio. € im Vorjahr auf 1.676 Mio. €.

In **Europa** lag der Umsatz unter Vorjahresniveau, mit einem organischen Rückgang von 1,5 %. Das herausfordernde Marktumfeld und die stagnierende Entwicklung in Europa führten dazu, dass das Geschäft mit Industriekunden in den meisten Bereichen keine Umsatzsteigerung erzielen konnte. Im Bereich Automotive machten sich die herausfordernden Marktbedingungen hingegen besonders

bemerkbar. Die Entwicklung des Konsumgütergeschäfts war im Jahr 2025 weiterhin von Preisdruck geprägt. Die Nachfrage blieb aufgrund wirtschaftlicher Unsicherheiten, erhöhter Zinssätze und fortbestehender Belastungen durch die Lebenshaltungskosten gedämpft. Nominal erreichte tesa in Europa einen Umsatz von 757 Mio. € (Vorjahr: 767 Mio. €). Der Anteil am Gesamtumsatz verringerte sich auf 45,2 % (Vorjahr: 45,5 %).

In **Nord- und Südamerika** lag der Umsatz organisch mit -0,2 % leicht unter Vorjahresniveau. Die Geschäftsentwicklung war unterschiedlich: In Nordamerika verzeichnete tesa ein Umsatzwachstum in den Bereichen Druck und Verpackung, während das Geschäft mit Electrical Systems erheblich durch den Preisdruck und Bestandsabbau der Großkunden beeinträchtigt war. Darüber hinaus bleibt Automotive weiterhin von US-Zöllen belastet und konnte keine Umsatzsteigerung erreichen. In Südamerika erzielte das Geschäft mit Industriekunden ein solides Wachstum, während das Geschäft mit Endkunden unter Vorjahresniveau blieb. Der Umsatz der Region verringerte sich nominal auf 270 Mio. € (Vorjahr: 284 Mio. €). Der Anteil am Gesamtumsatz verringerte sich auf 16,1 % (Vorjahr: 16,8 %).

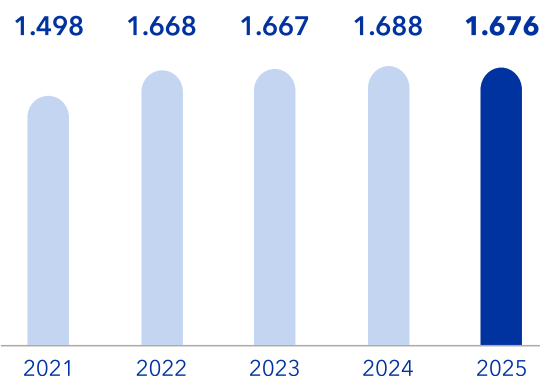
In **Asien** wurde ein organisches Umsatzwachstum von 6,6 % erreicht, insbesondere durch neues Projektgeschäft mit Produkten für die Elektronikindustrie. Besonders positiv entwickelte sich das Geschäft in den wachstumsstarken Märkten wie zum Beispiel Südostasien. Der Umsatz in Asien erhöhte sich nominal auf 649 Mio. € (Vorjahr: 637 Mio. €). Der Anteil am Gesamtumsatz erhöhte sich auf 38,7 % (Vorjahr: 37,7 %).

Das EBIT ohne Sondereffekte lag mit 270 Mio. € unter Vorjahresniveau (Vorjahr: 276 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite vor Sondereffekten lag bei 16,1 % (Vorjahr: 16,3 %). Die Sondereffekte im Unternehmensbereich tesa beliefen sich auf insgesamt -19 Mio. € (Vorjahr: -9 Mio. €). Für weitere Details bezüglich der Zusammensetzung der Sondereffekte verweisen wir auf die Tabelle „Sondereffekte“ unter „Ertragslage Konzern“. Das EBIT ohne Sondereffekte wurde negativ durch eine Verringerung der Bruttomarge sowie Währungskurseffekte beeinflusst. Gegenläufig wirkten sich teilweise Kosteneinsparungsmaßnahmen aus, insbesondere im Bereich Marketing und Vertrieb.

Das Ergebnis nach Sondereffekten betrug 251 Mio. € (Vorjahr: 267 Mio. €), die EBIT-Umsatzrendite lag bei 15,0 % (Vorjahr: 15,8 %).

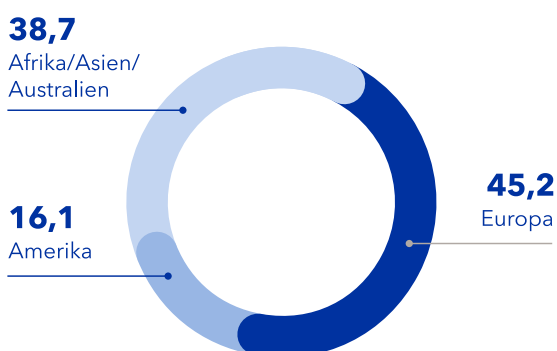
Umsatz tesa

(in Mio. €)



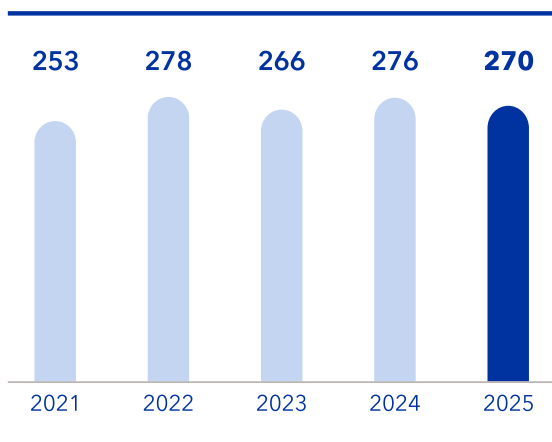
Umsatz tesa nach Regionen

(in %)



EBIT tesa

ohne Sondereffekte (in Mio. €)



Im Bereich **Consumer Electronics** konnte tesa erneut einen Umsatzzanstieg verzeichnen und seine Position als wichtiger Anbieter innovativer Produkte und Lösungen für die Herstellung von Smartphones und Tablets ausbauen. Die Sortimente zur Montage von Front- und Rückseitenmodulen, Lösungen für die Batterieverklebung, sowie leitfähige Klebebänder konnten weiterentwickelt und in kundenindividuelle Lösungen überführt werden.

Im Bereich **Druck und Verpackung** hat tesa seine Aktivitäten insbesondere mit Klebebändern zum Spleißen von Papier sowie dem Marktsegment Flexodruck weiter ausgebaut und damit ein solides Gesamtwachstum erzielt. Trotz eines global verhaltenen Marktumfelds konnte in den Regionen Nordamerika und Lateinamerika ein deutliches Wachstum erreicht werden.

Im Jahr 2025 hat der Bereich **Automotive** den Umsatz des Vorjahres gehalten. Trotz eines global stagnierenden Marktumfelds konnte tesa in China und Lateinamerika ein deutliches Umsatzwachstum erzielen und den Marktanteil ausbauen. Besonders erfolgreiche Kundenprojekte im Bereich automatisierter Klebebandlösungen für den Karosseriebau (Lochverschluss) sowie Produkte für Türdichtungen haben hierzu beigetragen. In Nordamerika hingegen wirkte sich der rückläufige Markt, insbesondere im Bereich E-Mobilität, negativ aus, sodass der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr zurückging.

Auch der Bereich **Electrical Systems** war von dieser Entwicklung betroffen und verzeichnete sowohl in Nordamerika als auch in China Umsatzrückgänge. In Nordamerika wirkten sich insbesondere sinkende Produktionszahlen negativ aus, während in China ein hoher Preisdruck auf die Entwicklung wirkte. Global konnte ein leichtes Umsatzwachstum erzielt werden.

Auch das Geschäft mit dem **industriellen Handel** war im Jahr 2025 durch eine verhaltene Nachfrage gekennzeichnet, der Umsatz lag geringfügig über dem Niveau des Vorjahrs. Die Optimierung und der Ausbau der Vertriebsstrukturen in China führte zu einer positiven Umsatzentwicklung. Aufgrund der herausfordernden Marktlage in Europa, Asien und Nordamerika konnte der Vorjahresumsatz im industriellen Handel in diesen Regionen nicht erreicht werden. Positiv wirkte sich die Transformation des Produktsortiments in Richtung Nachhaltigkeit aus.

Das Geschäft mit **Endverbraucher*innen** und **professionellen Handwerker*innen** ist trotz des herausfordernden Marktumfelds in Europa in Summe moderat gewachsen.

Sortimentsseitige Wachstumstreiber waren vor allem selbstklebende Befestigungslösungen und Dichtbänder wie tesamoll, während der Umsatz mit Reparatur- und Verpackungsklebebanden sowie Bad-Accessoires rückläufig war.

In der Betrachtung der Vertriebskanäle konnten insbesondere das Einzelhandelsgeschäft sowie das **E-Commerce-Geschäft** zulegen. Das Geschäft mit professionellen Handwerker*innen erfuhr vor dem Hintergrund eines durch eine rückläufige Baukonjunktur geprägten Marktumfeldes einen Umsatzrückgang, die Entwicklung des Schreibwarenbereichs lag ebenfalls unter Vorjahr.

Vermögenslage

Bilanz Konzern

(in Mio. €)

Aktiva	31.12.2024	31.12.2025
Langfristige Vermögenswerte	6.570	6.097
Vorräte	1.612	1.609
Übrige kurzfristige Vermögenswerte	3.622	3.852
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.207	1.200
	13.011	12.758
Passiva	31.12.2024	31.12.2025
Eigenkapital	8.495	8.618
Langfristige Rückstellungen	533	291
Langfristige Verbindlichkeiten	287	340
Kurzfristige Rückstellungen	599	546
Kurzfristige Verbindlichkeiten	3.097	2.963
	13.011	12.758

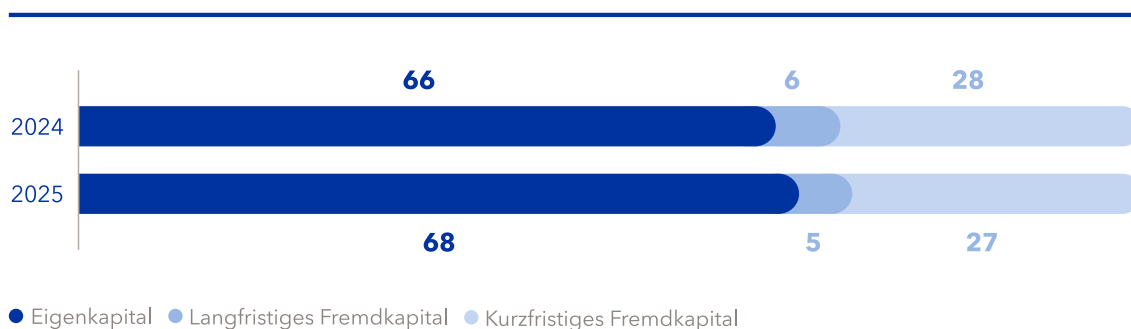
Die **langfristigen Vermögenswerte** verringerten sich um 473 Mio. € auf 6.097 Mio. € (Vorjahr: 6.570 Mio. €). Die langfristigen Wertpapiere verringerten sich dabei um 621 Mio. € auf 1.845 Mio. € (Vorjahr: 2.466 Mio. €). Der Rückgang ist vor allem darauf zurückzuführen, dass im Jahresverlauf 2025 festverzinsliche Anleihen mit ursprünglich mehrjähriger Laufzeit aufgrund ihrer vertraglichen Restlaufzeit von weniger als zwölf Monaten in die kurzfristige Wertpapiere umgegliedert wurden. Die im Geschäftsjahr 2025 durchgeführten Neuinvestitionen in langfristige Wertpapiere konnten diese Umgliederungen nur teilweise kompensieren. Die freigesetzten Mittel durch die im Jahresverlauf 2025 fälligen Wertpapiere wurden zur Finanzierung des Aktienrückkaufprogramms 2025 genutzt. Die Investitionen in Sachanlagen, Leasing-Nutzungsrechte und immaterielle Vermögenswerte lagen bei 463 Mio. € (Vorjahr: 437 Mio. €). Davon entfielen 397 Mio. € (Vorjahr: 374 Mio. €) auf den Unternehmensbereich Consumer und 66 Mio. € (Vorjahr: 63 Mio. €) auf den Unternehmensbereich tesa. Die größten Investitionsprojekte umfassten dabei das neue Werk in Leipzig, Deutschland, sowie die Erweiterungen der Werke in Polen und Mexiko (128 Mio. €). Der Bau des neuen Logistikzentrums in Leipzig führte zu Zugängen in Höhe von 91 Mio. €. Die Abschreibungen lagen bei 328 Mio. €. Im Vorjahr betrugen die Abschreibungen 357 Mio. €, unter anderem bedingt durch die Wertminderung des Geschäfts- oder Firmenwerts von Chantecaille. Ebenfalls in den langfristigen Vermögenswerten enthalten ist die Leasingforderung im Zusammenhang mit Clinique La Prairie (111 Mio. €, Vorjahr: 110 Mio. €), das Derivat aus dem bei tesa abgeschlossenen Klimaschutzvertrag mit einem beizulegenden Zeitwert von 40 Mio. € (Vorjahr: € 0 Mio. €) sowie langfristiges Netto-Pensionsvermögen in Höhe von 41 Mio. €.

Die **Vorräte** verringerten sich um 3 Mio. € auf 1.609 Mio. € (Vorjahr: 1.612 Mio. €). Die **übrigen kurzfristigen Vermögenswerte** erhöhten sich auf 3.852 Mio. € (Vorjahr: 3.622 Mio. €). Darin enthalten sind kurzfristige Wertpapiere in Höhe von 1.260 Mio. € (Vorjahr: 1.159 Mio. €). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich um 118 Mio. € auf 1.910 Mio. € (Vorjahr: 1.792 Mio. €). Die Ertragsteuerforderungen betrugen 303 Mio. € (Vorjahr: 250 Mio. €), die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte sanken um 22 Mio. € auf 260 Mio. € (Vorjahr: 282 Mio. €).

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** reduzierten sich auf 1.200 Mio. € (Vorjahr: 1.207 Mio. €). Die Nettoliquidität (Zahlungsmittel, Zahlungsmitteläquivalente zuzüglich lang- und kurzfristiger Wertpapiere abzüglich lang- und kurzfristiger Leasingverbindlichkeiten sowie sonstige finanzielle Verbindlichkeiten) reduzierte sich um 478 Mio. € auf 4.088 Mio. € (Vorjahr: 4.566 Mio. €). Ein Grund für den Rückgang der Nettoliquidität ist das Aktienrückkaufprogramm (501 Mio. €), das im Laufe des Jahres durchgeführt wurde. Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten reduzierten sich um 7 Mio. € auf 23 Mio. € (Vorjahr: 30 Mio. €).

Finanzierungsstruktur

(in %)



Die Summe der **langfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten** lag bei 631 Mio. € (Vorjahr: 820 Mio. €). In dieser Position sind die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen enthalten, die sich 2025 auf 163 Mio. € beliefen (Vorjahr: 328 Mio. €). Der Rückgang der Pensionsverpflichtungen ist im Wesentlichen auf die Veränderung des maßgeblichen Zinssatzes zurückzuführen. Die latenten Steuerverbindlichkeiten betrugen 187 Mio. € (Vorjahr: 135 Mio. €).

Die Summe der **kurzfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten** reduzierte sich im Wesentlichen durch den Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 187 Mio. € auf 3.509 Mio. € (Vorjahr: 3.696 Mio. €). Der Eigenkapitalanteil betrug 68 % (Vorjahr: 66 %). Der Anteil des langfristigen Fremdkapitals lag bei 5 % (Vorjahr: 6 %), der Anteil des kurzfristigen Fremdkapitals bei 27 % (Vorjahr: 28 %).

Wesentliche Änderungen in der Kapitalstruktur von Beiersdorf werden nicht erwartet.

Finanzlage

Kapitalflussrechnung Konzern

(in Mio. €)

	2024	2025
Brutto-Cashflow	1.269	1.075
Mittelveränderung Nettoumlaufvermögen	-38	-290
Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit	1.231	785
Cashflow aus investiver Tätigkeit	-126	128
Free-Cashflow	1.105	913
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.029	-847
Sonstige Veränderungen	-2	-73
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	74	-7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 01.01.	1.133	1.207
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am 31.12.	1.207	1.200

Der Brutto-Cashflow betrug im Berichtsjahr 1.075 Mio. € und lag damit um 194 Mio. € unter dem Wert des Vorjahrs.

Aus der Veränderung des Nettoumlaufvermögens ergab sich ein Mittelabfluss in Höhe von 290 Mio. € (Vorjahr: Mittelabfluss von 38 Mio. €). Dem Rückgang der Vorräte um 3 Mio. € und der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und kurzfristigen Rückstellungen um 132 Mio. € stand der Anstieg der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte um 161 Mio. € gegenüber.

Der Mittelzufluss aus investiver Tätigkeit betrug im Berichtsjahr 128 Mio. € (Vorjahr: Mittelabfluss von 126 Mio. €). Den Nettoinvestitionszahlungen aus Wertpapieren in Höhe von 537 Mio. €, Zins- und sonstigen Finanzeinzahlungen in Höhe von 53 Mio. € sowie Einzahlungen aus dem Verkauf von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen in Höhe von 9 Mio. € standen Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 463 Mio. € sowie Auszahlungen für Investitionen in assoziierte Unternehmen und sonstige Beteiligungen in Höhe von 8 Mio. € gegenüber.

Der Free-Cashflow lag mit 913 Mio. € um 192 Mio. € unter dem Wert des Vorjahrs (Vorjahr: 1.105 Mio. €). Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit belief sich auf 847 Mio. € (Vorjahr: Mittelabfluss von 1.029 Mio. €) und setzte sich aus der Dividendenauszahlung der Beiersdorf AG in Höhe von 223 Mio. €, der Auszahlung für den Erwerb eigener Aktien in Höhe von 501 Mio. € sowie sonstigen Finanzzu- und abflüssen mit einem Nettobetrag in Höhe von 123 Mio. € zusammen.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erreichten 1.200 Mio. € (Vorjahr: 1.207 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.

Liquide Mittel werden grundsätzlich gehalten als jederzeit verfügbare Bankguthaben bei Banken mit guter bis sehr guter Bonität im Rahmen definierter Kontrahentenlimits. Guthaben werden im Wesentlichen in der Landeswährung der jeweiligen Tochtergesellschaft gehalten.

Wir verfolgen eine risikoarme und auf Flexibilität ausgerichtete Anlagepolitik. Hauptziel unserer Wertpapieranlage bleibt die Möglichkeit der kurzfristigen Bereitstellung liquider Mittel für operative Investments und Akquisitionen. Unser durch die Beiersdorf AG gehaltenes Wertpapierportfolio enthält per Jahresende 2025 84,5 % Unternehmensanleihen (Vorjahr: 83,2 %), 3,1 % Staatsanleihen (Vorjahr: 3,4 %), 8,7 % in Geldmarktfonds (Vorjahr: 8,6 %), 3,7 % Aktienfondsanteile (Vorjahr: 2,8 %) und 0,0 % Pfandbriefe (Vorjahr: 2,0 %). Alle Zins-Papiere sind Investment Grade, Aktien sind nur eine kleine Beimischung zu diesem risikoarm investierten und sehr liquiden Portfolio. Für das Geschäftsjahr 2026 sind keine wesentlichen Änderungen in der Anlagepolitik geplant.

Im Jahr 2025 hat Beiersdorf eine gegenüber dem Vorjahr unveränderte Dividende gezahlt (2025 und 2024: EUR 1,00 je Aktie). Außerdem haben wir Teile des Cashflows sowie der vorhandenen finanziellen Mittel für die Durchführung eines weiteren Aktienrückkaufprogramms in Höhe von erneut 500 Mio. € verwendet. Die Nutzung von Kreditaufnahmen zur Finanzierung dieser Ausgaben war nicht erforderlich.

Zur Ermittlung des Liquiditätsbedarfs werden Cashflow-Planungen mit einem Vorschau-Zeitraum von bis 12 Monate eingesetzt.

Beiersdorf verzichtet bis auf weiteres auf die Einstufung der Kreditwürdigkeit durch externe Rating-Agenturen. Da wir nur in sehr geringem Maße externe Kredite aufnehmen, betrachten wir eine solche Einstufung nicht als erforderlich. Sollte aus unserer Sicht zukünftig die Einholung einer solchen Einstufung sinnvoll werden, werden wir dies veranlassen.

Einzelheiten zum Risikomanagement im Finanzbereich finden sich im Konzernanhang („[Erläuterungen zur Bilanz](#)“, Anhangangabe 30).

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage des Konzerns

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage des Konzerns

		Prognose 2025				Ergebnis 2025
		Ergebnis 2024	Geschäftsbericht 2024	H1-Bericht 2025	9M-Quartals- mitteilung 2025	
Umsatzwachstum (organisch)						
Consumer	(in %)	7,5	4,0-6,0	3,0-4,0	ungefähr bei 2,5	2,5
tesa	(in %)	1,9	1,0-3,0	1,0-3,0	1,0-3,0	1,8
Konzern	(in %)	6,5	4,0-6,0	ungefähr bei 3,0	ungefähr bei 2,5	2,4
EBIT-Umsatzrendite (ohne Sondereffekte)						
Consumer	(in %)	13,4	50 Basispunkte über dem Vorjahresniveau	20 Basispunkte über dem Vorjahresniveau	20 Basispunkte über dem Vorjahresniveau	13,6
tesa	(in %)	16,3	ungefähr bei 16,0	ungefähr bei 16,0	von etwa 16,0	16,1
Konzern	(in %)	13,9	leicht über dem Vorjahresniveau	leicht über dem Vorjahresniveau	leicht über dem Vorjahresniveau	14,0

Der **Konzern** erreichte einen Umsatz von 9.852 Mio. € (Vorjahr: 9.850 Mio. €). Der Umsatz lag organisch um 2,4 % über dem Vorjahreswert (Vorjahr: 6,5 %). Das EBIT ohne Sondereffekte erreichte 1.378 Mio. € (Vorjahr: 1.370 Mio. €). Die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte lag bei 14,0 % (Vorjahr: 13,9 %).

Im Geschäftsjahr 2025 konnte der Unternehmensbereich **Consumer** trotz eines anspruchsvollen wirtschaftlichen Umfelds eine solide Entwicklung verzeichnen. Die makroökonomischen Unsicherheiten und geopolitischen Herausforderungen haben den Markt beeinflusst, gleichzeitig konnte der Unternehmensbereich durch konsequente Investitionen in die Kernmarken und strategische Initiativen seine Marktposition weiter stärken. Ein wichtiger Erfolgsfaktor war die anhaltende Fokussierung auf das Wachstum im Bereich Skin Care, unterstützt durch Produktinnovationen und die verstärkte Ausrichtung auf E-Commerce. Unsere Online-Umsätze wuchsen auch in diesem Jahr stärker als das Offline-Geschäft, was die Relevanz unserer digitalen Strategie unterstreicht.

Im Jahr 2025 erzielte der Unternehmensbereich Consumer ein organisches Umsatzwachstum von 2,5 % (Vorjahr: 7,5 %). Dieses Ergebnis bestätigt die Stabilität und Wettbewerbsfähigkeit von Beiersdorf, auch vor dem Hintergrund eines insgesamt schwächeren Marktumfelds. Besonders hervorzuheben ist die kontinuierlich starke Performance der Dermamarken Eucerin und Aquaphor, die signifikant zum Wachstum beitrugen und damit die schwächeren Entwicklungen im Massenmarktbereich teilweise kompensieren konnten.

Die Marke **NIVEA** konnte im Geschäftsjahr 2025 ein moderates Wachstum verzeichnen. Wesentliche Impulse gingen insbesondere von der Einführung des NIVEA CELLULAR Epigenetics Verjüngendes Serum sowie der Weiterentwicklung der Deodorant-Kategorie im Zuge des Derma Control Launches aus. In China wurde die strategische Neuausrichtung der Marke erfolgreich abgeschlossen. Die implementierten Maßnahmen führten zu einer Stabilisierung der Geschäftsentwicklung und bilden eine solide Grundlage für weiteres Wachstum in diesem für uns strategisch bedeutenden Markt sowie für die Markteinführung von Thiamidol® in Mainland China. In China wurde der strategische Marken-Neuausrichtungsprozess bis zum Ende des dritten Quartals erfolgreich abgeschlossen und wirkte sich in den ersten neun Monaten des Jahres negativ auf die Performance von NIVEA aus.

Der **Dermabereich** mit den Marken **Eucerin** und **Aquaphor** entwickelte sich im Geschäftsjahr 2025 erneut überdurchschnittlich und bestätigte seine Rolle als zentraler Wachstumstreiber im Portfolio. Der Bereich erzielte ein anhaltend zweistelliges organisches Umsatzwachstum und konnte seine Marktposition in allen wesentlichen Regionen weiter stärken. Maßgeblich hierfür waren die konsequente Ausweitung des Gesichtspflegegeschäfts über die fortgesetzte Skalierung der Innovationen auf Basis von Epicelline® und Thiamidol®.

Das **Health-Care-Geschäft** setzte seinen Wachstumspfad ebenfalls fort. Die Entwicklung wurde insbesondere durch innovationsgetriebene Impulse, wie den Launch von Hansaplast Zweite Haut Schutz Pflaster, sowie durch eine robuste Nachfrage in Kernmärkten wie Australien, Deutschland und Indonesien getragen.

Im Luxusgeschäft zeigte sich im Jahresverlauf eine differenzierte Entwicklung. **La Prairie** war im ersten Halbjahr weiterhin von einem anspruchsvollen Marktumfeld geprägt, verzeichnete jedoch im weiteren Jahresverlauf eine schrittweise Verbesserung der Geschäftsentwicklung, unterstützt durch eine stärkere Dynamik in China, vor allem im E-Commerce.

Trotz anhaltender geopolitischer Spannungen und eines herausfordernden makroökonomischen Umfelds konnten das operative Ergebnis (EBIT ohne Sondereffekte) sowie die EBIT-Umsatzrendite im Berichtsjahr gesteigert werden. Für den Unternehmensbereich Consumer belief sich die EBIT-Umsatzrendite ohne Sondereffekte auf 13,6 % und lag damit 20 Basispunkte über dem Vorjahreswert.

Der Unternehmensbereich **tesa** konnte 2025 in einem weiterhin herausfordernden globalen Marktumfeld ein organisches Umsatzwachstum von 1,8 % (Vorjahr: 1,9 %) erzielen. Dabei verzeichnete das Geschäft mit Industriekunden eine Umsatzsteigerung im Vergleich zum Vorjahr. Insbesondere die Geschäftsfelder Consumer Electronics und Druck und Verpackung zeigten eine positive Geschäftsentwicklung. Das Geschäft mit Endkunden erzielte einen Umsatz, der über dem Niveau des Vorjahres lag. Für tesa lag die EBIT-Umsatzrendite vor Sondereffekten bei 16,1 % (Vorjahr: 16,3 %).

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 2025 gesunde Zuwächse und Renditen erzielen.

Beiersdorf AG

Geschäftstätigkeit

Die Beiersdorf AG mit Sitz in Hamburg ist das Mutterunternehmen des Beiersdorf Konzerns. Zum 31. Dezember 2025 beschäftigte die Beiersdorf AG 2.660 (Vorjahr: 2.600) Mitarbeitende. Die Anzahl der in dieser Zahl nicht enthaltenen Auszubildenden lag bei 93 (Vorjahr: 101).

Die Beiersdorf AG führt das Geschäft des deutschen Unternehmensbereichs Consumer 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 190 Tochtergesellschaften weltweit. In der Beiersdorf AG werden zudem die zentralen Funktionen Planung/Controlling, Supply Chain, Treasury und Human Resources sowie der Großteil der Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten für den Unternehmensbereich Consumer 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 potenziellen 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. €)

	2024	2025
Umsatzerlöse	1.843	1.873
Sonstige betriebliche Erträge	96	46
Materialaufwand	-338	-332
Personalaufwand	-360	-402
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-49	-50
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-865	-833
Betriebsergebnis	328	302
Beteiligungsergebnis	134	72
Zinsergebnis	-72	-24
Übrige finanzielle Erträge und Aufwendungen	20	10
Finanzergebnis	82	58
Ergebnis vor Steuern	410	360
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-161	-154
Jahresüberschuss	249	206
Einstellung in andere Gewinnrücklagen	-1	-
Entnahme aus anderen Gewinnrücklagen	-	37
Bilanzgewinn	248	243

Die **Umsatzerlöse** der Beiersdorf AG stiegen im Berichtsjahr um 30 Mio. € auf 1.873 Mio. € (Vorjahr: 1.843 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 1.062 Mio. € (Vorjahr: 1.051 Mio. €) der Umsatzerlöse erzielt, im Ausland 811 Mio. € (Vorjahr: 792 Mio. €).

Das **Betriebsergebnis** sank um 26 Mio. € auf 302 Mio. € trotz höherer Umsatzerlöse und geringeren sonstigen betrieblichen Aufwendungen aufgrund niedrigerer sonstiger betrieblicher Erträge und gestiegener Personalaufwendungen.

Das **Finanzergebnis** verschlechterte sich gegenüber dem Vorjahr um 24 Mio. €. Der Rückgang resultiert aus einem niedrigeren Beteiligungsergebnis mit einem Minus von 62 Mio. € infolge geringerer Dividendenausschüttungen und einem um 10 Mio. € verminderten übrigen finanziellen Ergebnis, während sich das Zinsergebnis um 48 Mio. € verbesserte.

Das **Ergebnis vor Steuern** lag dementsprechend mit 360 Mio. € um 50 Mio. € unter dem Vorjahresergebnis.

Im Jahr 2025 betrugen die **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag** 154 Mio. €. Im Vorjahr hatte der Wert 161 Mio. € betragen.

Der **Jahresüberschuss** erreichte 206 Mio. € und lag damit unter dem Wert des Vorjahres (Vorjahr: 249 Mio. €). Zudem haben Vorstand und Aufsichtsrat im Rahmen der Feststellung des Jahresabschlusses 2025 entschieden, den anderen Gewinnrücklagen 37 Mio. € zu Ausschüttungszwecken zu entnehmen. Dieser Betrag wurde dem **Bilanzgewinn** zugeführt.

Vermögens- und Finanzlage Beiersdorf AG

Bilanz der Beiersdorf AG nach HGB

(in Mio. €)

Aktiva	31.12.2024	31.12.2025
Immaterielle Vermögensgegenstände	50	20
Sachanlagen	387	409
Finanzanlagen	4.860	4.575
Anlagevermögen	5.297	5.004
Vorräte	3	3
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	1.143	1.158
Wertpapiere	1.030	935
Flüssige Mittel	124	54
Umlaufvermögen	2.300	2.150
Rechnungsabgrenzungsposten	9	10
Aktive latente Steuern	107	65
	7.713	7.229
Passiva	31.12.2024	31.12.2025
Eigenkapital	2.541	2.024
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	596	568
Übrige Rückstellungen	360	337
Rückstellungen	956	905
Verbindlichkeiten	4.216	4.300
	7.713	7.229

Das **Anlagevermögen** sank im Vergleich zum Vorjahr um 293 Mio. €. Dieser Rückgang resultiert im Wesentlichen aus dem Abgang von fälligen sowie einzelner vor Fälligkeit veräußerter Anleihen. Den Zugängen in Sachanlagen von 42 Mio. € standen 20 Mio. € an Abschreibungen auf Sachanlagen gegenüber.

Das **Umlaufvermögen** verminderte sich im Geschäftsjahr um 150 Mio. € auf 2.150 Mio. €. Darin enthalten sind kurzfristige Wertpapiere in Höhe von 935 Mio. € (Vorjahr: 1.030 Mio. €). Der Rückgang in dieser Position sowie in den langfristigen Wertpapieren in den Finanzanlagen ist bedingt durch den 2025 durchgeführten Aktienrückkauf. Zudem erhöhten sich die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände um 15 Mio. € aufgrund höherer Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Die **Verbindlichkeiten** sind im Vergleich zum Vorjahr um 84 Mio. € auf 4.300 Mio. € gestiegen. Dies ist im Wesentlichen durch einen Anstieg von Finanzverbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen um 231 Mio. € begründet.

Das in der Bilanz ausgewiesene **Gesamtvermögen** von 7.229 Mio. € befindet sich mit minus 484 Mio. € deutlich unter Vorjahresniveau (Vorjahr: 7.713 Mio. €). Dieser Rückgang im Vermögen sowie der im **Eigenkapital** von minus 517 Mio. € auf 2.024 Mio. € (Vorjahr: 2.541 Mio. €) resultieren aus dem in 2025 durchgeführten Aktienrückkauf. Danach beträgt die Eigenkapitalquote 28,0 % (Vorjahr: 32,9 %).

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung vor, aus dem **Bilanzgewinn** von 243 Mio. € eine **Dividende** in Höhe von 1,00 € (Vorjahr: 1,00 €) je dividendenberechtigter Stückaktie (218.523.759 Stückaktien) auszuschütten.

Risiko- und Chancenbericht

Der Beiersdorf Konzern ist im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit 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 Risiken bewusst einzugehen.

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 insbesondere die wesentlichen Risiken frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und konsequent durch gegensteuernde Maßnahmen zu begrenzen. Dieses System wird in der Konzernzentrale koordiniert. Sogenannte Risiko-Landschaften oder -Landkarten, erstellt von externen und etablierten Organisationen wie dem World Economic Forum, werden zur Gesamtbeurteilung hinzugezogen.

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 sowie den Funktionen. Es gilt auf Ebene der Unternehmensbereiche Consumer und tesa sowie auf der Konzernebene. Ergänzt wird das Chancen- und Risikomanagement durch die jeweiligen rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsysteme, die verschiedenen internen und externen Überwachungsorganen, z. B. das Corporate Risk Board, den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrates, Versicherungspartner sowie die interne Revision. Das ebenso hier zu nennende Compliance-Management wird im Kapitel „[Nichtfinanzielle Erklärung](#)“ beschrieben.

Das Risiko- und Chancenmanagement (im Folgenden kurz 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 Marktanteilsanalysen sowie Kunden- 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 Risiko-Inventuren die wesentlichen Risiken gemeinsam mit den risikosteuernden Maßnahmen identifiziert, strukturiert, bewertet, dokumentiert und nachfolgend kommuniziert. Die entsprechenden Grundsätze, Berichts- und Rückkopplungsprozesse sowie Verantwortlichkeiten, sind in einer konzernweit gültigen Richtlinie geregelt. Diese wird regelmäßig überprüft und bei Bedarf aktualisiert.

Beiersdorf Risikodarstellung

Strategische, funktionale & operative Risiken	Eintritts- wahrscheinlichkeit	Potenzielle finanzielle Auswirkung ¹
	Unwahrscheinlich	Gering
	Möglich	Signifikant
	Wahrscheinlich	Sehr signifikant
	Sehr wahrscheinlich	Schwerwiegend
	Unwahrscheinlich (< 10 %)	Gering > 25 - 125 m€
	Möglich (10 % < - < 50 %)	Signifikant > 125 - 500 m€
	Wahrscheinlich (50 % < - < 90 %)	Sehr signifikant > 500 - 1.500 m€
	Sehr wahrscheinlich (> 90 %)	Schwerwiegend > 1.500 m€

¹ Einheitliche Bewertung aus Konzernsicht; Unterscheidung in der operativen Steuerung nach Risikotyp und Segment.

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, welche jederzeit mit umfassenderen Auswirkungen auftreten können, z. B. indem sie einen gesamten Geschäftsprozess oder Geschäftsbereich betreffen. Sie werden seitens der einzelnen Fachfunktionen, zum Beispiel des Einkaufs in der Supply Chain, erhoben und bewertet. 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. Operative Chancen und Risiken sind Sachverhalte, die die konkreten kurzfristigen Umsatz- und Ergebnisentwicklungen unserer operativen Konzerngesellschaften in den Regionen 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 Risiken werden (innerhalb ihrer Kategorie) auf der Grundlage ihrer jeweiligen Eintrittswahrscheinlichkeit sowie der potenziellen finanziellen und nichtfinanziellen Auswirkungen bei Eintritt des Risikos klassifiziert. Während in der operativen Steuerung unterschiedliche Schwellenwerte zur Klassifizierung der finanziellen Auswirkung je nach Risikotyp angesetzt werden, gilt aus Konzernsicht ein einheitlicher Blick aus der Perspektive der Wesentlichkeit der Risiken mit entsprechend einheitlichen Schwellenwerten. Es werden Nettorisiken betrachtet, deren Eintrittswahrscheinlichkeit und deren Auswirkungen nach Umsetzung 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 sofort der Unternehmensführung gemeldet werden. Ein kontinuierlicher Informationsaustausch mit den

Funktionen Corporate Development und Corporate Controlling fördert zusätzlich die Berücksichtigung von Risikoaspekten bei der Unterstützung der Unternehmensführung. Auch steht das zentrale Risikomanagement im kontinuierlichen Austausch mit themenspezifischen „Task-Forces“ (Arbeitsgruppen), die je nach Notwendigkeit durch den Vorstand gebildet werden. Im Verlauf des Geschäftsjahres 2025 waren jedoch keine speziellen, übergreifenden Teams zu relevanten Risikothemen aktiv.

Als wesentliches Gremium zur Beratung des Vorstands in Fragen des Risikomanagements hat das Corporate Risk Board (CRiB) für den Unternehmensbereich Consumer 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 & Compliance). 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.

Standardmäßig haben sich Vorstand und Aufsichtsrat bei der Auseinandersetzung mit den wesentlichen Risiken und Chancen mit dem Vergleich des aktualisierten, qualitativ (über Zuordnung und Bündelung der funktionalen zu strategischen Risiken) 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 Beurteilung der Risikolage werden die möglichen negativen finanziellen Auswirkungen auf das prognostizierte EBIT der wesentlichen Risiken bei Eintritt addiert.

Zur Sicherstellung einer höchstmöglichen Transparenz und Nachvollziehbarkeit wird die finanzielle Risikotragfähigkeit von Beiersdorf auf Basis der durchschnittlichen Nettoliquidität ermittelt. Diese Methode wird genutzt, da sie besonders geeignet ist, die kurzfristige Risikoabsorptionsfähigkeit darzustellen: Liquidität steht (im Gegensatz zum Eigenkapital) zur sofortigen Deckung bei Risikoeintritt zur Verfügung. Dabei wird der für die Entwicklung der Nettoliquidität bei der mehrperiodigen Betrachtung heranzuziehende verfügbare freie Cashflow (free cash flow) lediglich um die vorher abgezogenen Investitionen in Wertpapiere sowie Effekte aus vergangenen M&A-Transaktionen 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, die Verringerung der beabsichtigten Investitionen in den Markt oder in den Erhalt bzw. Ausbau unseres Anlagevermögens. Wir haben sowohl bei der Nettoliquidität als auch bei der Cashflow-Größe den Durchschnittswert der letzten fünf Jahre angesetzt, um die Tragfähigkeitsbeurteilung nicht von kurzfristigen oder einmaligen Ereignissen zu stark zu beeinflussen.

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

Alle bereits 2024 bestehenden strategischen und somit wesentlichen Risiken wurden erneut einer umfangreichen Überprüfung unterzogen. Wo nötig, wurde die Risikodefinition angepasst oder ergänzt, sowie die Bewertung von Eintrittswahrscheinlichkeit und/oder Auswirkung aktualisiert oder verändert (d. h., die mögliche negative finanzielle Auswirkung auf das prognostizierte EBIT).

Für den Unternehmensbereich **Consumer** ergibt sich im Vergleich zum Vorjahr quantitativ folgende Veränderung der Gesamtrisikolage für den Betrachtungszeitraum: In Reaktion auf globale politische bzw. wirtschaftliche Volatilitäten ist die Eintrittswahrscheinlichkeit der die Gesamtrisikolage bestimmenden wesentlichen Risiken zum Teil angestiegen; auch werden stärkere Einflüsse auf die gesamte Lieferkette aufgrund klimabedingter Veränderungen erwartet. Die potentielle Risikoauswirkung reduziert sich leicht aufgrund der Wirksamkeit umgesetzter Maßnahmen und Überarbeitung bzw. Optimierung der betroffenen Grundannahmen der Risikobewertungen. Beispielsweise haben wir bei der Beurteilung der Knappheit an Fachkräften (Talenten) ein steigendes Risiko über die nächsten Jahre angenommen, erwarten nun aber einen zeitversetzten Effekt: In der derzeit angespannten wirtschaftlichen Lage besteht erfahrungsgemäß eine geringere Bereitschaft von Angestellten, den Arbeitgeber zu wechseln. Das Risiko „Knappheit bei Rohstoffen, natürlichen Ressourcen und Energie“ wurde aufgrund vergleichbarer Ursachen und Auswirkungen in zwei bestehende Risiken integriert.

Für den Unternehmensbereich **tesa** ergibt sich trotz einer Neubewertung der Risiken, die aufgrund der veränderten makroökonomischen Bedingungen vorgenommen wurde, keine Veränderung der Gesamtrisikolage im Vergleich zu den wesentlichen Risiken des Vorjahres.

Wesentliche Risiken Unternehmensbereich Consumer

Wachsende politische und wirtschaftliche Unsicherheiten

Geopolitik und Weltwirtschaft befinden sich im Übergang von einer globalen regelbasierten Ordnung zu einer neuen, deren Ausprägung noch nicht evident ist: Wettbewerb der Großmächte und die Bildung von neuen Bündnissen prägen das Geschehen, die Zahl zwischenstaatlicher, teilweise bewaffneter, Konflikte hat zugenommen. Die Wirtschaft leidet zunehmend unter steigenden Staatsverschuldungen, Protektionismus und Handelsbeschränkungen, insbesondere durch die US-amerikanisch getriebene Zollpolitik.

Auswirkungen auf unser Geschäft können sich in der Supply Chain durch eingeschränkte Beschaffungsmarktzugänge, Unterbrechungen von Lieferketten, Knappheit von Produktionsmaterialien und Ausfuhrbeschränkungen spiegeln, die sich in Preissteigerungen niederschlagen könnten: So waren auch wir durch die seitens der US-Administration ausgelösten Zölle auf Fertigwarenimporte aus Mexiko, Europa und der Schweiz in die USA betroffen. Auf der Absatzseite wirken sich der anhaltende militärische Konflikt in der Ukraine und die fortbestehende politische Unsicherheit im Nahen Osten sowohl direkt auf unsere Verkäufe in den betroffenen Ländern aus, als auch indirekt auf das Vertrauen der Konsument*innen in der jeweiligen Region. Es bleibt abzuwarten, ob und inwieweit sich die auf die Entwicklung der Weltwirtschaft einwirkenden Faktoren mittelfristig auf einen möglichen Kaufkraftverlust durch verlangsamtes Marktwachstum für Beiersdorf auswirken werden.

In Asien bleibt China wie im Vorjahr weiterhin der größte Unsicherheitsfaktor. Der private Konsum in China zeigt in einigen Kategorien einen Aufwärtstrend, wenn auch einen moderaten, was mit einer Verlagerung des politischen Schwerpunkts zur Stützung des Konsums in bestimmten Sektoren im ersten Halbjahr im Einklang stehen könnte. Es bleibt unklar, ob es zu einer nachhaltigen Umkehr des

Konsument*innenvertrauens kommen wird. Hiervon würde nicht zuletzt unser bedeutendes La Prairie-Geschäft in China profitieren. Beiersdorf ist über alle Geschäftsfelder hinweg geografisch relativ gut ausbalanciert, ohne extreme Abhängigkeiten von einem bestimmten Markt.

Auf dieses volatile Geschäftsumfeld reagieren wir mit adäquaten Maßnahmen auf allen relevanten Ebenen: Geschäftsmodelle werden den aktuellen bzw. erwarteten wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen angepasst, potenzielle Markteintritte in neue Länder oder Segmente werden vor dem Hintergrund der entsprechenden Rahmenbedingungen umfassend bewertet; unsere Währungsrisiken und Cash Flows werden aktiv gesteuert; Sicherheits- und Verhaltensrichtlinien für unser Personal und unsere Standorte sind vorhanden. Vor dem Hintergrund allgemeiner globaler Anspannung stufen wir das Risiko der Auswirkungen aus einem eskalierenden zwischenstaatlichen Konflikt oder einer wirtschaftlichen Krise in einem für uns relevanten Markt weiterhin als **sehr signifikant** und **möglich** ein.

Reputationsschäden für Marken und Gesamtunternehmen

Erhalt und Ausbau des Werts unserer großen Marken für Verbraucher*innen bleibt für die wirtschaftliche Entwicklung von Beiersdorf von entscheidender Bedeutung. Wesentlich hierfür ist das immer wieder neu zu bestätigende Vertrauen unserer Konsument*innen in unsere Produkte, aber auch das unserer Kunden. Hierbei spielen die Reputation unserer Marken sowie die Glaubwürdigkeit und Attraktivität von Beiersdorf, auch als bevorzugter Arbeitgeber, eine zentrale Rolle. Unsere Reputation kann durch falsch interpretierte Marketingaktivitäten, unzureichende Produktqualität oder Nichterfüllung von Umwelt-, Sozial- oder Governance-Anforderungen (sog. „ESG“-Anforderungen) geschädigt werden. In wachsendem Maße sehen wir uns den Auswirkungen externer Entwicklungen ausgesetzt: einer zunehmenden politischen Polarisierung, einer Politisierung der Geschäftssphäre, z. B. durch Druck auf D&I Programme (Diversität & Inklusion), konkrete Effekte aus regionalen Konflikten auf unser Geschäft, wie zum Beispiel im Nahen Osten, aber auch der Zunahme von Fehl- und Desinformationen in den sozialen Medien.

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. Ein global etabliertes Media-Monitoring der Veröffentlichungen zu unseren Marken und unserem Unternehmen ermöglicht eine frühe Identifikation von potenziellen Risiken aus externer Kommunikation. Unterstützt wird dieses durch alle Aktivitäten zur Optimierung der Qualität unserer Produkte und unseres gesamten Marken- sowie Marktauftritts. Wir gehen davon aus, dass es zu keinem kritischen Sachverhalt kommen kann. Allerdings müssen wir stets mit der Möglichkeit von Reputationsschädigungen rechnen. Dies gilt nicht nur für unsere Marken, sondern auch für unser Unternehmen als Ganzes. Unsere umfangreichen Maßnahmen, die wir auch in Bezug auf Nachhaltigkeit, D&I und weitere Aspekte der „Corporate Social Responsibility“ realisiert haben, tragen ebenfalls zur Risikobegrenzung bei.

Wir sehen uns aufgrund der etablierten umfänglichen Maßnahmen gut aufgestellt und behalten die Risikoeinstufung mit **signifikant** und **möglich** bei.

Kritische Inhaltsstoffe

Unerwartete oder unvorhergesehene Anforderungen seitens unserer Kunden oder Konsument*innen, sowie mögliche gesetzliche Verbote oder Einschränkungen von Inhaltsstoffen oder Produktformulierungen, können sich negativ auf Umsatz, Marktzulassung, Markenreputation oder die Profitabilität unserer Produkte auswirken. Das Risiko kann aus unterschiedlichsten Gründen ansteigen: durch zunehmende Regulatorik in kürzeren Einführungs- und Umsetzungs-Zyklen, durch ein steigendes Bewusstsein von Händlern für die Umweltauswirkungen bestimmter Inhaltsstoffe (z. B. von Aerosolen) und durch bessere Transparenz über Inhaltsstoffe gegenüber Konsument*innen; letzteres

insbesondere durch die Nutzung von Bewertungsinstrumenten wie den EcoBeautyScore, die die Wahrnehmung und Akzeptanz von Produkten beeinflussen können.

Unsere sowohl inhaltlich als auch geografisch breit aufgestellte Forschungs- und Entwicklungsabteilung (F&E), unterstützt durch eine spezialisierte und personell verstärkte „Regulatory Affairs“-Funktion, sorgt dafür, dass wir zu jeder Zeit die lokalen rechtlichen Anforderungen erfüllen. Zudem sind wir Mitglied in relevanten Verbänden, vor allem auf europäischer Ebene, und stehen in permanentem Austausch mit den relevanten Behörden, um rechtzeitig auf sich abzeichnende veränderte Anforderungen im Bereich von Produktformulierungen oder Inhaltsstoffen reagieren zu können. Ein interner Managementprozess für kritische Inhaltsstoffe als Frühwarnsystem ist etabliert; zudem arbeitet die F&E Funktion proaktiv an Umstellungen von kritisch gesehenen Stoffen (z. B. der Aluminiumverpackung von Deodorants), um mögliche Herausforderungen vorwegzunehmen.

Wir stufen das Risiko weiterhin als **signifikant und möglich** ein.

Beschleunigung der Digitalisierung

Digitalisierung greift zunehmend in alle Unternehmensbereiche ein mit dem Risiko, an Wettbewerbsfähigkeit zu verlieren, wenn die digitale Transformation nicht in ausreichender Geschwindigkeit erfolgt. Wir haben das Risiko in interne und externe Digitalisierungsaspekte differenziert. Intern beziehen sich die Risiken insbesondere auf mögliche suboptimale Prozesse und niedrige Produktivität in einzelnen Bereichen aufgrund fehlender oder zu schwach entwickelter Digitalisierung. Die Erfüllung der Grundvoraussetzungen von ausreichendem Fachwissen und Gewinnung von geeigneten Talenten bleibt weiterhin eine Herausforderung. Extern nimmt die digitale Durchdringung der Konsument*inneninteraktion entlang des gesamten Marketing- und Verkaufsprozesses weiterhin stetig zu. Beiersdorf arbeitet kontinuierlich mit hoher Intensität daran, diese Interaktionen möglichst zielgruppengenau zu entwickeln und umzusetzen, um eine Konsument*innenbindung zu erzeugen und zu halten. Hierbei bleibt die Datenanalyse von entscheidender Bedeutung, um schnell und präzise Handlungsanweisungen, auch im engen Austausch mit unseren Kunden, zu geben. Dies erfordert eine „digitale Integration“ aller beteiligten Unternehmensbereiche, insbesondere bezogen auf eine perspektivisch anwachsende direkte Konsument*innenansprache und auf Verkäufe im Online-Bereich (im digitalen Bereich). Hierfür sind zahlreiche Maßnahmen bereits in der Umsetzung oder werden verstärkt aufgesetzt, zum Beispiel die Entwicklung einer „Omni-Channel“-Strategie, um ein nahtloses Konsument*innenerlebnis über alle Vertriebskanäle (physischer und „online“ Vertrieb) hinweg sicherzustellen; oder die Weiterentwicklung des „Direct-to-Consumer“-Ansatzes (Direktvertrieb an Konsument*innen) zum Markenaufbau, oder Aufbau von Expertise und Talenten, insbesondere zur verstärkten Nutzung von KI (künstlicher Intelligenz) und Integration in interne Prozesse.

Wir schätzen das Risiko weiterhin als **signifikant und möglich** ein.

Cybersicherheit

Risiken des Verlusts kritischer Daten, des kritischen Zugriffs auf unsere IT-Systeme oder auch der Verhängung einer Geldstrafe bei Nichteinhaltung von gesetzlichen Vorschriften, stellen eine ständige Herausforderung dar. Die zunehmende Verbreitung von Cloud-Diensten, IoT-Geräten („Internet-of-Things“ - Internet der Dinge), KI-gestützten Anwendungen und mobilen Arbeitsumgebungen steigert die potenziellen Angriffspunkte für Cyber-Kriminelle. Gleichzeitig machen lukrative Geschäftsmodelle wie „Ransomware“ (Schadsoftware, die Daten so verschlüsselt, dass sie nicht mehr zugänglich sind) und Cyber-Erpressung, begünstigt durch anonyme Kryptowährungszahlungen, Cyberkriminalität besonders attraktiv. Durch das sogenannte „Cybercrime-as-a-Service“ (Cyberkriminalität als Dienstleistung) können Angreifer heute einfach und kostengünstig auf professionelle Angriffswerkzeuge, Ransomware-Anleitungen und gestohlene Daten im sogenannten „Darknet“ (verborgener Bereich des Internets) zugreifen. Zudem ermöglichen KI und Automatisierung eine Skalierung und Personalisierung von

Angriffen – etwa durch „Deepfake-Phishing“ (Täuschungsangriff mit KI-generierten Fälschungen) oder automatisierte Schwachstellenanalysen. Einhergehend steigt die Regulatorik im Bereich Sicherstellung der Cybersicherheit.

Wir konnten uns weiterhin erfolgreich gegen konstant zunehmende direkte und indirekte Angriffe auf unsere eigenen IT-Systeme wehren. 2025 haben wir unser Konzept zur Vorbereitung auf einen großen Cyber-Angriff fertiggestellt. Wir arbeiten fortwährend an der Resilienz unserer Lieferketten einschließlich Lieferantenbewertungen in Bezug auf deren IT-Sicherheit. Kontinuierliche Überwachung und Sicherstellung der Einhaltung der NIS2-Vorschriften (EU-Richtlinie zur Netzwerk- und Informationssicherheit) in allen Ländern unserer Tätigkeit unterstützen hier.

Trotz der insgesamt wachsenden Anzahl und Art an Bedrohungen schätzen wir das Risiko aufgrund unserer kontinuierlichen Verbesserung der Gegenmaßnahmen weiterhin als **signifikant und möglich** ein.

Nichterfüllung von ESG-Anforderungen

Das Risiko einer möglichen Nichterfüllung von ESG-Anforderungen (ESG: Umwelt (Environment), Soziales und Governance) bezieht sich zum einen auf eine mögliche unzulängliche Umsetzung von rechtlichen Anforderungen: Während die Umsetzung von ESG-Regularien in Europa und den USA an Tempo verloren hat, treiben viele außereuropäische Rechtsordnungen eigene Vorgaben voran (z. B. in Bezug auf Verpackungsabfälle, Produkttransparenz und Klimaberichterstattung). Diese auf spezifische Geschäftsprozesse zu übertragen bleibt aufgrund der Volatilität und Vielseitigkeit der Regelwerke eine Herausforderung.

Auf der anderen Seite bezieht es sich auf das Risiko, den Erwartungen der Verbraucher*innen und Kunden in Bezug auf Nachhaltigkeit und Soziales möglicherweise nicht zu entsprechen, auch im Vergleich zum Wettbewerb. Der Handel stellt zum Beispiel zunehmend ESG-Anforderungen an seine Lieferanten (u. a. bezüglich der Recyclingfähigkeit von Verpackungen oder des produktbezogenen CO₂-Fußabdrucks), um die eigenen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, gesetzliche Vorschriften einzuhalten und auf die Erwartungen der Verbraucher*innen zu reagieren.

Unabhängig von den rechtlichen Anforderungen und politischen Entwicklungen, verfolgt Beiersdorf weiterhin anspruchsvolle Nachhaltigkeitsziele. Dazu zählen u. a. die Erhöhung des Anteils von Rezyklaten in den Verpackungen und die Reduzierung von Treibhausgasemissionen (siehe auch entsprechende Kapitel der „[Nichtfinanziellen Erklärung](#)“).

Wir bewerten das Risiko weiterhin als **signifikant** und **möglich**.

Klimawandelbedingte Auswirkungen auf die gesamte Wertschöpfungskette

Das Risiko, das sich aus dem Klimawandel möglicherweise ergebenden Auswirkungen auf unsere gesamte Wertschöpfungskette (vom Bezug kritischer Rohstoffe über Produktionsinfrastruktur und jegliche Transporte) – oder die von Lieferanten – steigt global gesehen: wissenschaftliche Erkenntnisse bestätigen eine weltweite Zunahme unvorhersehbarer Extremwetterereignisse, die sich u. a. in intensiveren Hitzeperioden, Waldbränden und Überflutungen manifestieren. Risiken ergeben sich auch indirekt aus zunehmender Regulatorik in vielen Ländern bezüglich der Nutzung von natürlichen Ressourcen.

Für unsere eigene Infrastruktur führen wir jährlich Wasser- und Klimarisikoanalysen durch, um standortspezifische Risiken wie Wasserknappheit, Überschwemmungen und Hitzewellen zu identifizieren. Ein Fokus im Jahr 2025 lag auf der Entwicklung eines Maßnahmenplans zur Minderung von standortspezifischen Wasserrisiken, um diese bei Investitionsplanungen für unsere Produktionsstandorte und in der Netzwerkplanung zu integrieren. Auf der Lieferantenseite werden die

Verfügbarkeit und Preisentwicklung bei Roh- und Packmitteln kontinuierlich nachverfolgt. Die Einführung eines Lieferantenbewertungssystems und die Etablierung eines aktiven Managements der Lieferantenbeziehungen sollen helfen, unsere Lieferketten besser zu sichern. Unsere Notfallpläne zur kritischen Infrastruktur und Versorgung werden fortlaufend aktualisiert, um bei Risikoeintritt schnell und umfassend reagieren zu können.

Wir schätzen das Risiko weiterhin als **signifikant** und **möglich** ein.

Talentmangel und -fähigkeiten

Das Risiko der zunehmenden Herausforderung, geeignete Talente zu rekrutieren und insbesondere zu halten, bleibt vor dem Hintergrund eines sich reduzierenden Talentpools bestehen, insbesondere in den entwickelten bzw. westlichen Ländern. Dieses Risiko betrifft daher sowohl unsere deutschen Standorte als auch viele unserer Ländergesellschaften, insbesondere für alle Aufgaben mit starker digitaler Komponente. Hier steht Beiersdorf nicht nur in Konkurrenz zu Wettbewerbern in unserer Branche, sondern gerade auch zu größeren und kleineren Technologiefirmen. Eine zu beobachtende Entwicklung wird die sich verändernde Attraktivität unserer Branche im Vergleich zu anderen Branchen sein.

Wir führen erfolgreich implementierte Programme zur Mitarbeitergewinnung und -bindung weiter durch, wie das „Employer Branding“ (Arbeitgebermarkenprogramm) oder „#BTheLead“ zur Bindung und optimalen Entwicklung von Talenten. Die aktive Präsenz in den sozialen Medien wurde um den Einsatz von Influencern erweitert, um das Profil und die Bekanntheit von Beiersdorf als attraktivem Arbeitgeber zu schärfen und entsprechende Zielgruppen stärker anzusprechen.

Darüber hinaus dienen Kooperationen und Kontakte mit Universitäten dazu, qualifizierte Nachwuchskräfte frühzeitig einzubinden, um sie durch spezielle Einstiegsprogramme auf eine Karriere bei Beiersdorf vorzubereiten. 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 funktionspezifische Fähigkeiten ab, für die unsere diversen internen Online-Akademien zuständig sind. Wie auch in den Vorjahren haben wir die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden über eine externe, standardisierte und anonyme Befragung im Vergleich zu uns selbst und zum Markt bewerten lassen. Hier konnte das hohe Engagement-Niveau aus dem Vorjahr gehalten werden.

Aufgrund der genannten Maßnahmen, der weiter bestehenden Attraktivität als Arbeitgeber, insbesondere in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten, und unserer Wettbewerbskraft, bewerten wir das Risiko weiterhin als **gering** und **möglich**.

Nutzung generativer künstlicher Intelligenz

Das Risiko hat aufgrund der weiterhin bestehenden und im Berichtszeitraum noch zunehmenden Dynamik des Themas „künstliche Intelligenz“ (KI) weiterhin Bestand. Beiersdorf als Hersteller von Markenartikeln ist hierbei besonderen Herausforderungen ausgesetzt. Wir unterscheiden grundsätzlich zwischen zwei Arten von Risiken: einerseits jene, die sich aus der unbeabsichtigten und/oder nicht autorisierten Bereitstellung von Daten an die externen Modelle ergeben, andererseits solche, die sich aus der Verwertung der Resultate aus den Modellen ergeben. Intern haben wir unsere Beiersdorf LLM-Anwendung („large language model“ – großes Sprachmodell) auf die neueste Technologie umgestellt. Außerdem haben unsere Kommunikationsrichtlinien zur Nutzung von KI für alle globalen Marken weiterhin Bestand, sowohl als Anleitung für unseren eigenen Mitarbeitenden als auch für unsere Agenturen. Zudem haben wir alle marketingrelevanten KI-Werkzeuge auf einer Plattform gebündelt, sodass weltweit in einem sicheren Umfeld und mit hoher Transparenz an neuen Anwendungsprozessen gearbeitet werden kann. Die strategische Weiterentwicklung der Nutzung von KI bei Beiersdorf über

alle Funktionen hinweg bleibt eine Kernaufgabe. Dabei werden wir weiterhin an der Gestaltung der Rahmenbedingungen für die sichere Nutzung der KI-Werkzeuge arbeiten.

Wir behalten die Einschätzung für das Risiko als **gering**, aber **möglich** bei.

Das Risiko „Knappheit bei Rohstoffen, natürlichen Ressourcen und Energie“ haben wir aufgrund vergleichbarer Ursachen und Auswirkungen in die Risiken „Wachsende politische und wirtschaftliche Unsicherheiten“ und „Klimawandelbedingte Auswirkungen auf die gesamte Wertschöpfungskette“ integriert.

Übersicht relevante strategische Risiken Unternehmensbereich Consumer und wesentliche Veränderungen zum Vorjahr

	Wahrscheinlichkeit	Auswirkung
Wachsende politische und wirtschaftliche Unsicherheiten	Möglich	Sehr signifikant
Reputationsschäden für Marken und Gesamtunternehmen	Möglich	Signifikant
Kritische Inhaltsstoffe	Möglich	Signifikant
Beschleunigung der Digitalisierung	Möglich	Signifikant
Cybersicherheit	Möglich	Signifikant
Nicht-Erfüllung von ESG-Anforderungen	Möglich	Signifikant
Klimawandelbedingte Auswirkungen auf die gesamte Wertschöpfungskette	Möglich	Signifikant
Talentmangel und -fähigkeiten	Möglich	Gering
Nutzung generativer künstlicher Intelligenz	Möglich	Gering
Eintrittswahrscheinlichkeit: Auswirkung: Wesentliche Veränderung zum Vorjahr:		
Sehr wahrscheinlich >90 % Schwerwiegend >1.500 Mio. €	Höhere Risikoklasse	↑
Wahrscheinlich >50-90 % Sehr signifikant > 500 Mio. €	Niedrigere Risikoklasse	↓
Möglich >10-50 % Signifikant >125 Mio. €		
Unwahrscheinlich <10 % Gering >25 Mio. €	Hinweis: keine Veränderung zu 2024	

Wesentliche Risiken Unternehmensbereich tesa

Die Risikolage hat sich im Jahr 2025 nicht wesentlich geändert. Aus Konzernsicht bestehen weiterhin folgende als wesentlich einzustufende Risiken:

Weltweite wirtschaftliche Krise

Makroökonomische und geopolitische Volatilitäten (wie z. B. die Polarisierung in den USA, Spannungen zwischen den USA und China) könnten zum Rückgang industrieller Produktion führen; sie drücken die wirtschaftliche Stimmung mit der möglichen Folge eines Rückgangs des Konsumentenvertrauens und Kaufverhaltensänderungen. Für tesa könnte der Rückgang von Auto- und hochwertigen Elektronik-Käufen, und damit verbunden der Umstieg auf günstigere Produkte, zu Umsatzrisiken führen. Das Risiko wird weiterhin als **gering** und **wahrscheinlich** eingestuft.

Eingeschränkter Marktzugang durch Handelskriege

Der freie Marktzugang für tesa in Schlüsselmärkten (u. a. China, USA) könnte sich durch unvorhergesehene Regierungsentscheidungen, die den freien Handel betreffen, einschränkt werden. Die Auswirkungen könnten steigende Zölle auf Exporte (z. B. auf Klebebänder nach China) oder der eingeschränkte Zugang zu Rohstoffen sein. Das Risiko wird weiterhin als **gering** und **möglich** eingestuft.

Abhängigkeit von Kund*innen und Märkten

Das Risiko bezieht sich auf Abhängigkeiten von (Hersteller-) Märkten, insbesondere für Smartphones und auf China im Allgemeinen. Neben starker Konkurrenz könnten die weiterhin schwache Nachfrage in China sowie die zunehmende Marktsättigung zu Umsatzrisiken führen. Das Risiko wird weiterhin als **gering** und **möglich** eingestuft.

Übersicht relevante strategische Risiken Unternehmensbereich tesa und wesentliche Veränderungen zum Vorjahr

	Wahrscheinlichkeit	Auswirkung
Weltweite wirtschaftliche Krise	Wahrscheinlich	Gering
Eingeschränkter Marktzugang durch Handelskriege	Möglich	Gering
Abhängigkeit von Kunden und Märkten	Möglich	Gering

Legende siehe oben.

Hinweis: keine Veränderung zu 2024

Funktionale Risiken Unternehmensbereich Consumer

Risiken, die sich für das Consumer-Geschäft in den nächsten ein bis zwei Jahren aus Sicht unserer globalen Funktionen ergeben könnten, werden wie in den Vorjahren hauptsächlich in folgenden Risikofeldern gesehen: Schädigung unserer Markenreputation, Unterbrechung von Lieferketten, Gefährdung unserer IT-Sicherheit und klimawandelbedingte Auswirkungen; damit einhergehend werden Risiken aus wachsender Regulatorik in unterschiedlichsten Bereichen gesehen. Sie entsprechen weitgehend den strategischen und damit wesentlichen Risikofeldern. Die Risikoposition hat sich in Eintrittswahrscheinlichkeit und Auswirkung unwesentlich verändert; die Auswirkung wurde aufgrund angepasster Annahmen zu Risiken, die sich reputationsschädigend auswirken könnten, und geringer eingeschätzter Risiken aus Preissteigerungen bei Produktionsmaterialien, leicht reduziert.

Als wesentliche Einzelrisiken betrachten wir folgende:

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-, Industrianleihen 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 30 „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten, Finanzrisikomanagement und derivativen Finanzinstrumenten“. Wir stufen deshalb dieses Risiko rein rechnerisch wie im Vorjahr als **signifikant**, aber **unwahrscheinlich** ein.

Als global agierendes Unternehmen betreiben wir u. a. Geschäfte in Staaten, deren Kapitalverkehr durch regulatorische Vorgaben eingeschränkt ist. Es besteht durch diese ausländischen Banken ein **Kontrahenten-Risiko**, wodurch Bankguthaben nicht an die Muttergesellschaft transferiert werden könnten. Die Situation in den betreffenden Staaten wird fortlaufend durch unsere Finanzabteilung nachverfolgt, die im engen Austausch mit den betreffenden Tochtergesellschaften steht. Das Risiko wird als **signifikant** und **möglich** eingestuft.

Ein stetig wachsendes Risiko stellt die **Handelskonzentration auf regionaler bzw. globaler Ebene** dar. Konzentration bedeutet, dass Handelspartner sich freiwillig über Einkaufsgruppen, Niederlassungen oder unfreiwillig durch Übernahmen zusammenschließen. Zusammenschlüsse

jeglicher Art schaffen mehr Transparenz unter den Händlern in Bezug auf Handel, Konditionen und Vertragsbedingungen. Konzentrationen im Handel erhöhen in der Regel die Einkaufsmacht gegenüber dem Lieferanten und können mit einem niedrigeren Preisniveau einhergehen. Sie führt aber nicht zwangsläufig zu einem höheren Absatzpotenzial. Wir begegnen dem Risiko mit einer global anzuwendenden Vertriebspolitik, unter Berücksichtigung einer definierten Preispolitik. Wir bewerten das Risikoausmaß als **signifikant**. Wir rechnen mit einer weiter ansteigenden Konzentration und stufen den Eintritt daher als **wahrscheinlich** ein.

Die geschätzte finanzielle Auswirkung des vorjährig genannten Risikos „Nicht-Konformität bezüglich des europäischen Kapitalmarktgesetzes“ wurde auf sehr gering herabgestuft, basierend auf dem tatsächlichen Nettorisiko unter Berücksichtigung der aktuellen Praxis der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht sowie der derzeitigen Vorgehensweise in Bezug auf nachfolgende Aktionärsklagen gemäß dem Kapitalanleger-Musterverfahrensgesetz. Das theoretische Risiko bleibt jedoch weiterhin erheblich höher, falls die Risikominderungsmaßnahmen nicht greifen sollten – hier sehen wir uns aber sehr gut aufgestellt.

Kurzfristige operative Risiken und Chancen Unternehmensbereich Consumer

Neben kurzfristigen Auswirkungen der in der Langfristbetrachtung berichteten Risikofelder blieben die stagnierenden oder negativen Marktentwicklungen in vielen unserer Absatzmärkte in 2025 die größte Herausforderung, insbesondere im Luxussegment; dieses hat zur Senkung unserer Wachstumsprognose für 2025 geführt. Den Effekt der sogenannten „Trump-Zölle“ in den von uns bedienten betroffenen Märkten konnten wir in 2025 weitergeben bzw. kompensieren; sie bergen aber Risiken für das Jahr 2026 zum Beispiel für den Zeitpunkt, an dem die Zollvereinbarungen für Importe aus Mexiko auslaufen. Etwaige negative Effekte werden wir durch mitigierende Maßnahmen versuchen zu begrenzen, z. B. durch entsprechendes Vorräte-Management. Weitere Herausforderungen sehen wir zum einen in einer zögerlichen wirtschaftlichen Entwicklung und schwindendem Vertrauen der Konsument*innen vor allem in Europa; zum anderen in möglichen Kundenkonflikten aus Preiserhöhungen, insbesondere in den Märkten außerhalb Europas und Nordamerikas. Erwartete positive Entwicklungen in einigen unserer europäischen Märkte sowie Opportunitäten mit unseren Marken NIVEA und Eucerin außerhalb Europas, könnten mögliche negative Effekte aus den genannten Herausforderungen teilweise kompensieren.

Die verbleibenden, relevanten operativen Nettorisiken ergeben sich wie in der Vorperiode 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 31 „Haftungsverhältnisse, sonstige finanzielle Verpflichtungen und rechtliche Risiken“. Aufgrund der Nicht-Wesentlichkeit werden für den Unternehmensbereich **tesa** weder funktionale noch operative Risiken berichtet.

Wesentliche Chancen

Unternehmensbereich Consumer

Wesentliche Chancen sehen wir in der vorzeitigen Erreichung der Ziele, die wir uns mit unserer Strategie „Win with Care“ gesetzt haben. Diese sehen wir weiterhin in den folgenden drei Bereichen:

Erschließung neuer Geschäftsfelder

Wir wollen zum einen ungenutzte Potenziale im Hautpflege-Segment erschließen, zum anderen wollen wir Chancen in aufkommenden Vertriebskanälen aufgreifen, insbesondere im "E-Commerce"-Bereich (elektronischer Handel). Durch gezieltere und systematischere Umsetzung könnten wir unsere im Basisplan angenommenen Ziele übertreffen.

Bahnbrechende Innovationen

Wir investieren kontinuierlich in die Forschung und Weiterentwicklung der dermokosmetischen Hautpflege in den Bereichen „Anti-Aging“, „Anti-Akne“ und „Anti-Pigment“, um die wichtigsten Bedürfnisse moderner Gesichtspflege abzudecken. Gepaart mit Investitionen in neue Technologien könnten unsere Anstrengungen früher als erwartet zu erfolgreichen Innovationen führen.

Akquisitionen

Die Intensivierung und Fokussierung der Suche nach neuen potenziellen Akquisitionen, welche naturgemäß stark von externen Faktoren beeinflusst wird, führt schneller zum Erfolg als geplant.

Es handelt sich bei allen drei Themen um potenzielle Geschäftsentwicklungen, die zu einer positiven Ergebnisabweichung im Vergleich zu unserer Prognose führen könnten, wie auch zu nicht geplanten Marktanteilsgewinnen.

Unternehmensbereich tesa

Die wesentlichen Chancen werden wie im Unternehmensbereich Consumer in der **Erschließung neuer Märkte** (z. B. durch verstärkte Distribution/Markteinführungen von „Debonding on Demand“-Produkten, d. h. Nutzung von Klebebändern anstelle von herkömmlichem Klebstoff), **erfolgreichen Produktneuentwicklungen** (z. B. nachhaltige Klebebänder) und **Akquisitionen** (z. B. Erwerb neuer Technologien) gesehen.

Monitoring der Risiken und Chancen

Das formale Monitoring der strategischen und funktionalen Risiken inklusive der entsprechenden mitigierenden Maßnahmen findet einmal jährlich auf Consumer Ressort- und Gesamtvorstandsebene sowie anschließend im Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats, hier für beide Unternehmensbereiche (Consumer und tesa), statt. Daneben begleiten diese Themen, 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 Berichtsprozesses 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 Finanzberichterstattung direkt einfließen.

Unter Führung der Konzern-Controlling-Funktion im Unternehmensbereich Consumer, der internen Revision und weiterer relevanter Controlling-Funktionen wird dies zusätzlich durch eine regelmäßige Überprüfung wesentlicher Finanzkennzahlen des Konzerns im Consumer-Bereich ergänzt, um potenziell kritische Entwicklungen schnell und zielgerichtet mit den Beteiligten anzusprechen und ggf. Korrekturmaßnahmen einleiten zu können. Das interne Monitoring im Unternehmensbereich tesa erfolgt analog der eigenen Aufbauorganisation.

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 grundlegende Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeit und auch die mögliche finanzielle Auswirkung der wesentlichen Risiken des Unternehmensbereiches **Consumer** sowohl in der Einzelbetrachtung als auch gesamthaft unwesentlich verändert. Trotz Varianzen innerhalb der Risikoklassifizierungs-Bandbreiten, hat sich insgesamt kein Erfordernis zur qualitativen Neupositionierung speziell der strategischen Risiken ergeben.

Dieses gilt auch für den Unternehmensbereich **tesa**, wo eine angepasste Bewertung der Risikoauswirkungen zu keiner Neupositionierung geführt hat.

Auch unter Berücksichtigung dieser aktualisierten Einschätzungen ergibt sich aktuell keine grundlegende Änderung unserer Bewertung der gesamthaften **Risikolage des Beiersdorf Konzerns**. Wie im Vorjahr wurde diese Bewertung untermauert durch eine Gegenüberstellung des aktuellen, quantitativ aggregierten Risiko-Gesamtportfolios mit der sehr konservativ ermittelten und sich auf Vorjahresniveau bewegenden 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 Unternehmensbereiche – vorliegen.

Rechnungslegungsbezogenes internes Kontrollsystem

Ziel des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems ist es, durch Implementierung geeigneter Grundsätze, Verfahren und Kontrollen die Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der Buchführung, der Finanzberichterstattung des Abschlusses und des Lageberichts des Beiersdorf Konzerns, sowie der Beiersdorf AG, entsprechend den gesetzlichen Vorschriften und den relevanten Rechnungslegungsstandards sicherzustellen.

Der Umfang und die Ausrichtung des etablierten 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, etablierte und regelmäßig durchgeführte Kontrollen im Bereich der Finanzprozesse auf Basis standardisierter Risikokontrollmatrizen, weitgehend IT-gestützte Genehmigungsprozesse nach dem Vier-Augen-Prinzip, 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 Risikomanagementsysteme¹⁸

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 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 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. Das Risikomanagement bedient sich eines global ausgerollten und im Konzern etablierten IT-Systems zur Erfassung und Bewertung des gesamten Risikoinventars. 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.

¹⁸ Dieser Abschnitt ist ein ungeprüfter Bestandteil des zusammengefassten Lageberichts.

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, die operative Umsetzung 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.

Des Weiteren beurteilten die Abschlussprüfer gemäß § 317 Abs. 4 HGB sowie § 91 Abs. 2 AktG die Funktionsfähigkeit des Risikofrüherkennungs- und -überwachungssystems. Die interne Revision sowie die Abschlussprüfer 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 Rahmenfaktoren¹⁹

Die **Weltwirtschaft** steht im Jahr 2026 vor einer Phase, die durch wirtschaftspolitische Unsicherheiten und geopolitische Risiken geprägt ist. Während US-Zölle Unsicherheiten schaffen, werden spürbar bremsende Wirkungen erwartet, die den internationalen Handel dämpfen. In der US-Wirtschaft bleiben hohe KI-Investitionen Wachstumstreiber und stabilisierender Faktor. Europa kämpft mit zurückhaltender Konjunktur, zeigt jedoch erste Erholungsanzeichen. Chinas Aufschwung bleibt trotz Konjunkturpaketen verhalten. Außerdem werden globale Handelsströme durch Zölle, Handelsbarrieren und geopolitische Konflikte gebremst. Die weltweite Inflation sinkt nur schrittweise und kehrt langsam zu den Zielwerten zurück. Dies erfordert längere restriktive Geldpolitiken in vielen Ländern. Handelskonflikte, protektionistische Maßnahmen und geopolitische Risiken bleiben die dominierenden Unsicherheitsfaktoren.

Die **europäische** Wirtschaft wird sich im Jahr 2026 voraussichtlich nur langsam von der anhaltenden Schwäche erholen, gestützt durch die zuvor gelockerte Geldpolitik der EZB. Diese expansive Haltung wirkt in allen Ländern über verbesserte Finanzierungsbedingungen und eine höhere Investitionstätigkeit, während die leichte konjunkturelle Stabilisierung die Nachfrage unterstützt. Dennoch wird die Dynamik durch schwächere Exporte infolge der US-Zölle und des Auslaufens von EU-Sonderprogrammen gebremst. Während die Inflationsrate nahe dem EZB-Ziel verharren dürfte, geht die Kernteuerungsrate nur langsam zurück und bleibt leicht über dem Zielwert. Auch wenn eine leichte konjunkturelle Belebung erwartet wird, bleibt das Wachstum insgesamt unter dem Potenzial.

Die **deutsche** Wirtschaft erwartet im Jahr 2026 eine moderate Belebung. Stabile EZB-Leitzinsen und fiskalpolitische Impulse entlasten Unternehmen sowie Konsument*innen, während sich die Nachfrage allmählich verbessert. Allerdings wird die konjunkturelle Erholung nur langsam voranschreiten, da schwächere Exporte infolge der US-Zölle und das Auslaufen von EU-Fördermitteln die Dynamik bremsen. Erste Anzeichen einer besseren Stimmung bleiben dennoch begrenzt, da weiterhin strukturelle Herausforderungen bestehen. Für das kommende Jahr zeichnet sich daher ein moderater Wachstumsschub ab.

Die wirtschaftliche Entwicklung der **USA** im Jahr 2026 wird weiterhin durch hohe Investitionen in die Infrastruktur der künstlichen Intelligenz geprägt. Diese Impulse schaffen solide Dynamik und stützen die Nachfrage. Gleichzeitig belasten die höheren US-Zölle vor allem importintensive Güter und erhöhen die Import- und Verbraucherpreise, während günstige Finanzierungsbedingungen die Investitionen weiter unterstützen. Die Inflation bleibt hartnäckig, da die höheren Importkosten preistreibend wirken und die Gesamtinflation nur allmählich zurückgeht. Die Fed dürfte ihre Zinssätze angesichts des politischen Drucks weiter reduzieren, auch wenn die geldpolitische Debatte anhält.

Die **japanische** Wirtschaft wird im Jahr 2026 voraussichtlich weiterhin von einer robusten Binnennachfrage getragen. Lohnsteigerungen, staatliche Subventionen und das neue fiskalische Konjunkturpaket stützen den privaten Konsum sowie Unternehmensinvestitionen. Dadurch bleibt die Konjunktur auf einem soliden Wachstumspfad. Gleichzeitig normalisiert die Notenbank ihre Geldpolitik schrittweise, da die Inflation oberhalb des Zielwerts verharrt und die Rahmenbedingungen eine vorsichtige Straffung zulassen. Exporte in Nicht-US-Märkte sowie der Tourismussektor bleiben wichtige Wachstumstreiber. Fiskalische Programme mit Investitionen in Schlüsselindustrien wie künstliche

¹⁹ Commerzbank Research – Chartbook November/Dezember 2025.

Intelligenz, Halbleiter und Verteidigung treiben die Modernisierung der Wirtschaft voran und stabilisieren die wirtschaftliche Aktivität.

Für die **Wachstumsmärkte** zeichnen sich 2026 gemischte wirtschaftliche Perspektiven ab, die von strukturellen Herausforderungen und globalen Handelsspannungen geprägt sind. **Chinas** Wirtschaftswachstum bleibt 2026 unter Druck, da US-Zölle die Exportmärkte belasten und zunehmende geopolitische Spannungen die Außenhandelsbedingungen verschlechtern. Zudem belasten höhere Handelshemmnisse und zusätzliche Exportkontrollen, die das Risiko von Lieferkettenstörungen erhöhen, Chinas Exportperspektiven und dämpfen die industrielle Entwicklung. Gleichzeitig kämpft China mit den Folgen einer langjährigen Fehlallokation von Ressourcen im Immobiliensektor. Zwar setzt die chinesische Regierung auf Infrastrukturprojekte und Maßnahmen gegen diese Überkapazitäten, doch reichen diese voraussichtlich nicht aus, um die Konsumschwäche und strukturellen Probleme zu kompensieren. **Brasiliens** Wirtschaft erwartet 2026 moderate Dynamik durch privaten Konsum und starke Landwirtschaftsleistung. Lohnsteigerungen und ein robuster Arbeitsmarkt mit historisch niedriger Arbeitslosigkeit stützen die Nachfrage, während hohe Ernteerträge die Produktion ankurbeln. Die Zentralbank wird angesichts des anhaltenden Inflationsdrucks durch steigende Strom- und Lebensmittelpreise ihre Straffung fortsetzen. Dennoch könnten geopolitische Unsicherheiten, US-Zölle und schwächere globale Nachfrage die Exporte belasten und die Entwicklung dämpfen. **Südostasiatische Schwellenländer** erwarten trotz anhaltender US-Zollbelastungen robusten regionalen Handel. China wird rückläufige Exporte in die USA weiterhin teilweise durch höhere Exporte in die ASEAN-Region ausgleichen. Dennoch zeichnet sich eine moderate Abkühlung ab, da globale Lieferketten durch höhere Zölle gestört werden. Die **indische** Volkswirtschaft bleibt wachstumsstark durch privaten Konsum und Investitionen, gestützt durch sinkende Zinsen und öffentliche Kapitalausgaben. Gute Ernten und niedrige Energiepreise halten die Inflation stabil und stützen die Nachfrage. Strukturelle Reformen fördern die Exportleistung, trotz Belastungen durch US-Zölle. Der **Nahe Osten** erwartet für 2026 gemischtes Wachstum inmitten nachlassender geopolitischer Spannungen. Zudem könnten indirekte Effekte durch eine schwächere Weltkonjunktur sowie handelspolitische Spannungen die Exporte weiter beeinträchtigen.

Beschaffungsmarktentwicklung

Für 2026 erwarten wir eine weiterhin weitgehend ausgeglichene Angebots- und Nachfragesituation auf den für uns relevanten Material- und Dienstleistungsmärkten. Die meisten Rohstoffmärkte dürften von schwacher globaler Nachfrage und stabilen Preisen geprägt bleiben. Ausnahme bleiben palmölabhängige Rohstoffe, die trotz leicht steigender Produktion weiterhin unter struktureller Angebotsverknappung und zusätzlichem Druck durch die Ende 2026 in Kraft tretende EU-Verordnung für entwaldungsfreie Lieferketten (EUDR) stehen.

Geopolitische und handelspolitische Unsicherheiten bleiben ein wesentlicher Risikofaktor. Der anhaltende Konflikt in der Ukraine, die Instabilität im Nahen Osten sowie mögliche Zölle oder Exportbeschränkungen großer Volkswirtschaften könnten die globalen Lieferketten erheblich beeinflussen. Auch Chinas verstärkte Kontrolle über kritische Rohstoffe kann die Märkte weiter herausfordern.

Absatzmarktentwicklung

Consumer

Es wird erwartet, dass die globalen Märkte volatil bleiben, wobei geopolitische Rahmenbedingungen weiterhin Material- und Lieferkettenkosten beeinflussen. Die Inputkosten dürften erhöht bleiben, auch wenn mit moderater Inflation bei direkten Materialien gerechnet wird. Wir weiten unsere Maßnahmen zur Kostensteuerung aus und verbessern die Effizienz in Einkauf, Produktion und Lieferkette. In Europa wird ein moderates Marktwachstum erwartet. Die Inflation dürfte gedämpft bleiben, da große Hersteller verstärkt auf Volumenwachstum durch höhere Promotionsaktivitäten setzen. Der Wettbewerbsdruck durch lokale und Indie-Marken²⁰ wird voraussichtlich auch 2026 anhalten und den Marktanteil etablierter Hersteller weiter unter Druck setzen. In den Schwellenländern herrscht hohe Unsicherheit bei gleichzeitig moderatem Wachstum. In diesen Märkten bleibt Preisgestaltung ein zentraler Wachstumstreiber, unterstützt durch die zunehmende Dynamik im E-Commerce, da Verbraucher verstärkt auf digitale Kanäle ausweichen. Für Nordamerika wird im Vergleich zu den Vorjahren eine Abschwächung erwartet. Zölle dürften die Inflation antreiben und gleichzeitig das schwächere Volumenwachstum ausgleichen. Das Premium-Hauptpflegesegment dürfte verhalten bleiben, jedoch zu einem niedrigen einstelligen Wachstum zurückkehren – getragen von einer Stabilisierung in China und einer schrittweisen Erholung im Reiseeinzelhandel, wenngleich die Unsicherheit hoch bleibt. Der chinesische Konsumgütermarkt zeigt Anzeichen einer langsamen Erholung. Für unseren Unternehmensbereich Consumer wird weiterhin Wachstum prognostiziert, gestützt durch Innovationen im Bereich Hautpflege und eine starke Entwicklung in den zentralen Kategorien.

tesa

Der Ausblick für den Automobilmarkt bleibt aufgrund von veränderten Verbraucher*innenpräferenzen und steigenden Produktionskosten verhalten. Die Marktentwicklung wird weiterhin durch Inflation, Zinssätze, geopolitische Spannungen sowie den Übergang zur Elektromobilität und strengere Regulierungen beeinflusst. Die Prognose für die Elektronikindustrie im Jahr 2026 zeigt trotz globaler Herausforderungen ein moderates, innovationsgetriebenes Wachstum. Das Marktumfeld wird 2026 weiterhin von einem zurückhaltenden Endverbraucherklima geprägt. Bei Endverbraucher*innenprodukten und Bürobedarf wird im Jahresverlauf keine wesentliche Erholung erwartet.

Unsere Chancen im Markt

Für das Jahr 2026 wird weiterhin von einem anspruchsvollen wirtschaftlichen Umfeld ausgegangen, das nach den anhaltenden hohen Inflationsraten der Vorjahre zunehmend von einer Stabilisierung der Preisentwicklung geprägt sein dürfte. Entlastend wirken dabei insbesondere weitgehend stabile Rohstoff- und Logistikkosten. Die geld- und fiskalpolitischen Rahmenbedingungen werden sich voraussichtlich regional unterschiedlich entwickeln und in einzelnen Märkten zu einer moderateren wirtschaftlichen Dynamik beitragen.

Der Unternehmensbereich **Consumer** ist vor diesem Hintergrund insgesamt solide positioniert und sieht sich in der Lage, auch in einem weiterhin anspruchsvollen Marktumfeld Wachstum zu erzielen, das zu größeren Teilen auf Volumenimpulsen basiert, während Preiserhöhungen voraussichtlich eine eher untergeordnete Rolle spielen dürften. Die gezielte Weiterentwicklung des Portfolios über

²⁰ Sind oft unabhängige Marken, die eine klare eigene Identität haben und häufig von lokalen oder spezialisierten Unternehmen geführt werden.

Produktneuheiten sowie die selektive regionale Expansion, bilden dabei die Grundlage für eine nachhaltige Outperformance des Marktes. Zentrale Treiber bleiben der strategische Fokus auf Skin Care, kontinuierliche innovationsgetriebene Impulse sowie der weitere Ausbau digitaler Aktivitäten. Im Zuge der Weiterentwicklung der NIVEA Strategie wird ein stärker ausbalancierter Ansatz verfolgt, bei dem neben dem Gesichtspflegegeschäft auch weitere Skin-Care-Kategorien sowie das Deodorant-Geschäft gezielt stärker unterstützt werden sollen.

Gleichwohl bestehen auch für das Jahr 2026 weiterhin Unsicherheiten, insbesondere im Hinblick auf geopolitische Entwicklungen, eine in einzelnen Märkten weiterhin verhaltene Konsumstimmung sowie mögliche handelspolitische Maßnahmen, unter anderem in den USA und China. Diese Faktoren könnten die Marktentwicklung regional unterschiedlich beeinflussen und erfordern eine weiterhin flexible und differenzierte Steuerung.

Auf Basis der soliden Finanzstruktur, der robusten Ertragslage sowie eines breit aufgestellten, international erfolgreichen Markenportfolios sieht sich der Unternehmensbereich Consumer insgesamt gut aufgestellt, um die bestehenden Herausforderungen zu adressieren und seine Wettbewerbsposition nachhaltig weiter zu festigen.

tesa erwartet für das Jahr 2026 ein moderates Wachstum. Dies gilt sowohl für das Geschäft mit den Endverbrauchern als auch für das Geschäft mit den Industriekunden. Die enge Zusammenarbeit mit Kunden im asiatischen Raum, insbesondere im Markt der Elektronikindustrie, ist für Wachstum zentral. Allerdings stellt der Projektcharakter der Zusammenarbeit wie bisher ein hohes Schwankungsrisiko dar. tesa wird im Jahr 2026 verstärkt in die Produkt- und Technologie-Entwicklung investieren und damit eine solide Basis für zukünftiges Wachstum schaffen. Zentrale Wirtschaftsregionen wie China und Europa bleiben für tesa entscheidend, Südostasien und Indien sind für tesa als Wachstumsmärkte ebenfalls von großer Bedeutung.

Geschäftsentwicklung

Die dargestellten Herausforderungen in weiten Teilen der Welt beeinträchtigen weiterhin unsere Prognosefähigkeit für die Absatzmärkte und unsere Geschäftsentwicklung.

Unter Berücksichtigung dieser Unsicherheiten erwarten wir eine flache bis leicht wachsende organische Umsatzentwicklung für den Unternehmensbereich Consumer. Aufgrund fortlaufender Investitionen in unsere Marken wird die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte im Unternehmensbereich Consumer leicht unter Vorjahr liegen.

Mit vergleichbaren Unsicherheiten in Bezug auf die Marktentwicklung erwarten wir ebenfalls im Unternehmensbereich tesa eine flache bis leicht wachsende organische Umsatzentwicklung. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte wird im Unternehmensbereich tesa leicht unter Vorjahr liegen.

Auf Basis der Prognose der beiden Unternehmensbereiche gehen wir für den Konzern von einer flachen bis leicht wachsenden organischen Umsatzentwicklung aus. Die operative EBIT-Umsatzrendite des laufenden Geschäfts ohne Sondereffekte erwarten wir für den Konzern leicht unter Vorjahr.

Hamburg, 2. März 2026

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 die Zusammensetzung von Aufsichtsrat und Vorstand, einschließlich Angaben zur Corporate Governance des Unternehmens, zum Diversitätskonzept für 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 2025 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 2025 wurde auch auf der Internetseite der Gesellschaft unter 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 2025 und entspricht sämtlichen Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der geltenden Fassung vom 28. April 2022 mit folgender Ausnahme:

Empfehlung G.10 Satz 1

Gemäß der Empfehlung G.10 Satz 1 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.

Die variable Vergütung des Vorstands, bestehend aus einem jährlichen variablen Bonus (Annual Bonus) einerseits und einer langfristigen variablen Vergütung (LTP) andererseits, wird nicht in Aktien oder entsprechend aktienbasiert angelegt, sondern nach Ablauf der maßgeblichen Performanceperiode 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 Kunden, Mitarbeitenden, Geschäftspartner, Aktionär*innen und weiterer Stakeholder setzt.

Zugleich wird der Vorstand durch das Vergütungssystem incentiviert, die in der Unternehmensstrategie „Win with Care“ festgelegten Ziele zu verfolgen und zu erreichen.

Hamburg, im Dezember 2025

Für den Aufsichtsrat

Für den Vorstand



Prof. Dr. Reinhard Pöllath

Vorsitzender des Aufsichtsrats

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

Eine 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. Mit den vorgenannten Stakeholder*innen findet ein regelmäßiger und institutionalisierter Dialog statt – von Analysten- und Pressekonferenzen sowie Capital Markets Days über Fachtagungen und Kongresse bis hin zu Freiwilligentagen und sozialen Aktivitäten.

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 unter anderem unter www.beiersdorf.de/Compliance_Leitlinien sowie unter www.tesa.com/de-de/ueber-uns/sustainability zu finden sind. Basierend auf unseren Compliance-Risikoanalysen wurden zur Sicherstellung von Compliance unter anderem umfangreiche Kartellrechts-, Antikorruptions-, Datenschutz- und Kapitalmarktrechts-Compliance-Programme implementiert. Zahlreiche interne Richtlinien und Prozesse wurden zur Prävention von Rechtsverstößen speziell in diesen Schwerpunktbereichen erlassen. Mitarbeitende 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 allen Mitarbeitenden und Führungskräften von Beiersdorf und tesa, aber auch externen Stakeholder*innen wie Kund*innen und Lieferanten verschiedene Meldewege offen, unter anderem können Verstöße über ein digitales Hinweisgebersystem unmittelbar, vertraulich und auf Wunsch auch anonym gemeldet werden. 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 Informationen zu wesentlichen Aspekten des Compliance-Management-Systems 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.

Code of Conduct

Der Erfolg der Beiersdorf AG und des Beiersdorf Konzerns (einschließlich tesa) basiert auf dem Vertrauen von Konsument*innen, Kunden, 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 Mitarbeitenden 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 bzw. 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, sodass 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 hat den Bereich Nachhaltigkeit stetig ausgebaut.

Nachhaltigkeit ist heute ein zentraler Bestandteil der Beiersdorf Unternehmensstrategie „Win with Care“. 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. Das Ziel, unsere absoluten Treibhausgasemissionen bis 2025 um 30 % zu reduzieren, haben wir erreicht. Im Vergleich zum Basisjahr 2018 konnten wir unsere Emissionen sogar um 33 % senken.

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 Unterstützung von Kunden bei ihren Nachhaltigkeitszielen.

Mit Inkrafttreten der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) sind wir verpflichtet, unsere bestehende Finanzberichterstattung um Angaben zu wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekten zu ergänzen. Zum Bilanzstichtag wurde die CSRD noch nicht in deutsches Recht umgesetzt; in diesem Geschäftsbericht wird daher zu den wesentlichen nichtfinanziellen Aspekten unserer Geschäftstätigkeit in der Nichtfinanziellen Erklärung gemäß §§ 289b Absatz 3 HGB i. V. m. 315b Absatz 1 und 3 HGB berichtet.

Personalpolitische Ausrichtung

Der nachhaltige Erfolg von Beiersdorf basiert maßgeblich auf dem Einsatz, der Kompetenz und dem Engagement unserer weltweit über 22.000 Mitarbeitenden. Sie tragen täglich mit fachlichem Know-how, hoher Leistungsbereitschaft und neuen Ideen dazu bei, Innovationen voranzutreiben und unsere führende Position im Markt weiter auszubauen.

Unsere personalpolitische Ausrichtung ist fest in der Unternehmensstrategie „Win with Care“ verankert, die die Bedeutung unserer Mitarbeitenden als entscheidenden Faktor für langfristiges, verantwortungsbewusstes Wachstum hervorhebt. Zugleich bilden unsere Core Values die Grundlage für ein werteorientiertes, konsistentes Handeln über alle Hierarchien, Funktionen und Regionen hinweg. Sie sind verbindlicher Maßstab für unsere Entscheidungen und prägen die Art und Weise, wie wir zusammenarbeiten.

Ein zentraler Schwerpunkt unserer Personalarbeit ist der Aufbau eines Arbeitsumfelds, in dem Talente ihre Fähigkeiten und Potenziale optimal entfalten können. Dazu gehören der systematische Ausbau strategischer Fähigkeiten sowie eine gezielte Talentförderung, die eng mit den langfristigen Zielen des Unternehmens verknüpft ist. Unsere Führungskräfte nehmen hierbei eine Schlüsselrolle ein: Als Role-Model Leaders schaffen sie Orientierung, fördern eine vertrauensvolle und leistungsorientierte Zusammenarbeit und befähigen ihre Mitarbeitenden, in High-Performance Teams exzellente Ergebnisse zu erzielen. Diese Führungs- und Zusammenarbeitskultur stärkt das Engagement unserer Mitarbeitenden und unterstützt unsere Positionierung als attraktiver Arbeitgeber innerhalb der Konsumgüterindustrie.

tesa ist spezialisiert auf Klebetechnologie und bietet seinen Kunden 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 tesa 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 in der [„Nichtfinanzielle Erklärung“](#).

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 [„Risiko- und Chancenbericht“](#) 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 2024. Die reguläre Amtszeit der Aufsichtsratsmitglieder der Anteilseigner*innen wurde durch die Hauptversammlung 2024 auf vier Jahre verkürzt; sie endet demnach mit Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2027 beschließt. Die reguläre Amtszeit der von den Arbeitnehmer*innen gewählten Aufsichtsratsmitglieder beträgt weiterhin fünf Jahre und endet demnach mit Ablauf der Hauptversammlung, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2028 beschließt. Die Wahlen durch die Hauptversammlung werden stets als Einzelwahlen durchgeführt. Dem Aufsichtsrat gehört 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 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, in den Jahren 2024 und 2025 insbesondere zur Zusammensetzung des Aufsichtsrats (einschließlich Unabhängigkeit) und zur Vorstandsvergütung.

Der Aufsichtsrat evaluiert regelmäßig, wie wirksam er und seine Ausschüsse ihre Aufgaben erfüllen, auch mit Unterstützung einer externen Beratung, und beschließt Verbesserungsmaßnahmen (Effizienzprüfung bzw. Selbstbeurteilung). Zuletzt hat der Aufsichtsrat 2023 erneut eine Selbstbeurteilung mit einer externen Beratung 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

Schwerpunktt Themen, 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. Für 2026 ist erneut die Durchführung einer Selbstbeurteilung der Arbeit des Aufsichtsrats geplant.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats werden eingehend durch Onboarding-Termine und Informationsmaterialien nach jeder Neuwahl des Aufsichtsrats 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. Darüber hinaus achten die Mitglieder des Aufsichtsrats 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 jährliche interne Fortbildungen zu aufsichtsratsrelevanten Themen und Informationen über Gesetzesänderungen und Entwicklungen. Im Geschäftsjahr 2025 wurden Fortbildungen zu den Themen Bilanz und Konzernabschluss, Forschung und Entwicklung sowie Produktentwicklung und Automatisierung durchgeführt.

a) Zielsetzung, Kompetenzprofil, Diversitätskonzept und Stand der Umsetzung

Der Aufsichtsrat befasst sich regelmäßig mit den konkreten unternehmensspezifischen Zielen für seine Zusammensetzung und seinem Kompetenzprofil. 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. Zuletzt hat sich der Aufsichtsrat im November 2024 erneut mit Zielsetzung, Kompetenzprofil und Diversitätskonzept befasst und diese im Wesentlichen bestätigt. Einzelne Änderungen betrafen die Rolle eines ESG Experts sowie die Erhöhung der Mindestanzahl an Kompetenzen, die gemäß Kompetenzprofil im Aufsichtsrat vorhanden sein sollen. Die Zielsetzungen und das Kompetenzprofil gelten bis Ende 2027 und werden – wie bisher – auch bei künftigen Wahlvorschlägen berücksichtigt.

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 mindestens 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 bzw. 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 unter www.beiersdorf.de/ueber-uns/unser-profil/aufsichtsrat 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*e nahe*r Familienangehörige*r eines Vorstandsmitglieds ist oder dem Aufsichtsrat seit mehr als zwölf 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 Kunden, 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 sollen mindestens jeweils zwei Mitglieder über Kenntnisse und Erfahrungen insbesondere auf den folgenden Gebieten verfügen:

- Geschäftsfeld- und Sektorvertrautheit (Konsumgüter; Beauty & Haut/Körperpflege, internationale Märkte, inklusive 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 & Abschlussprüfung, jeweils inklusive Nachhaltigkeitsberichterstattung, Risikomanagement & interne Kontrollsysteme)

Der Aufsichtsrat strebt an, dass diese fachlichen Kompetenzen unter seinen Mitgliedern möglichst ausgewogen vertreten sind und sich gegenseitig ergänzen. Darüber hinaus sollen zwei verschiedene Mitglieder mit besonderen Qualifikationen die Rolle als „Independent Financial Expert“ und als „ESG Expert“ einnehmen und als solche benannt werden. 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 Barbara Wentzel. 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 Ausschussmitglieder im Unternehmensinteresse. Derzeit gehören dem Aufsichtsrat insgesamt sieben Frauen an: auf Arbeitnehmer*innenseite Hilde Cambier, Doris Robben, Kirstin Weiland und Barbara Wentzel und auf Anteilseigner*innenseite Donya-Florence Amer, Hong Chow sowie Uta Kemmerich-Keil. Die gesetzliche Geschlechterquote zur Besetzung des Aufsichtsrats ist damit erfüllt. Damit gehören dem Aufsichtsrat insgesamt 58 % Frauen und 42 % Männer an; bei Getrenntbetrachtung sind es auf Arbeitnehmer*innenseite 67 % Frauen und 33 % 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 verschiedene Nationalitäten vertreten; darüber hinaus haben vor allem die Mitglieder auf Anteilseigner*innenseite einen umfassenden internationalen Hintergrund durch Ausbildung, Studium und/oder berufliche Tätigkeiten insbesondere in englisch- und französischsprachigen Ländern sowie in Asien.

Im Aufsichtsrat sind auf Anteilseigner*innenseite derzeit mindestens drei Mitglieder unabhängig. Der Aufsichtsrat unterstellt dabei vorsorglich, dass 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 vom kontrollierenden Aktionär: Donya-Florence Amer, Hong Chow und die Vorsitzende des Prüfungsausschusses Uta Kemmerich-Keil. 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 vom 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, 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 weiterhin nachhaltig und objektiv gefördert werden. Dagegen liegen aufgrund der Zugehörigkeitsdauer keine Umstände im konkreten Fall vor, die einen wesentlichen und nicht nur vorübergehenden Interessenkonflikt begründen könnten. Darüber hinaus sind nach Einschätzung des Aufsichtsrats alle Mitglieder auf Arbeitnehmer*innenseite unabhängig im Sinne des Kodex.

Derzeit haben der Aufsichtsratsvorsitzende und Wolfgang Herz die Regelaltersgrenze von 72 Jahren und der Aufsichtsratsvorsitzende zudem die Regelzugehörigkeitsdauer überschritten. Der Aufsichtsrat hat für diese Mitglieder aufgrund ihrer Kenntnisse und Erfahrungen begründete Ausnahmen von der Regelaltersgrenze bzw. von der Regelzugehörigkeitsdauer festgestellt und bestätigt. 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 zum Abschlussstichtag ist in der nachfolgenden Qualifikationsmatrix dargestellt, die der Aufsichtsrat jährlich auswertet und bei Bedarf aktualisiert; hieraus ergibt sich, dass die fachlichen Kompetenzen gemäß dem Kompetenzprofil von jeweils mindestens einem Mitglied erfüllt werden. Darüber hinaus sind Uta Kemmerich-Keil als „Independent Financial Expert“ und Donya-Florence Amer als „ESG Expert“ qualifiziert; hierzu werden im nachstehenden Abschnitt „[Ausschüsse](#)“ nähere Angaben gemacht.

Qualifikationsmatrix des Aufsichtsrats

	Amer	Cambier ¹	Chow	Herz	Kemmerich- Keil	Koltze ¹	Papier ¹	Pflanz	Robben ¹	Pöllath	Weiland ¹	Wentzel ¹
Generelle Angaben												
Mitglied seit	April 2024	April 2024	April 2017	April 2020	August 2022	April 2019	April 2019	April 2019 ²	April 2024	Mai 2002	April 2019	April 2024
Unabhängigkeit ³	•	•	•		•	•	•		•		•	•
Geschlecht	w	w	w	m	w	m	m	m	w	m	w	w
Geburtsjahr	1972	1967	1971	1950	1966	1963	1974	1968	1965	1948	1969	1964
Nationalität	Deutsch	Belgisch	Deutsch	Deutsch	Deutsch	Deutsch	Deutsch	Deutsch-Französisch	Deutsch	Deutsch	Deutsch	Österreichisch
Kompetenzen												
Geschäftsfeld- & Sektorvertrautheit		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Marketing & Vertrieb	•	•	•	•	•	•		•		•		•
Forschung & Entwicklung	•	•	•		•				•	•	•	
Supply Chain	•					•		•	•		•	
Personal & Organisation	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ESG	•	•	•		•				•	•		•
Recht & Governance				•	•	•	•	•		•		
Digitalisierung & IT	•				•		•	•	•			•
Finanzen & Rechnungslegung			•	•	•	•	•	•		•		•

• Kriterium erfüllt, basierend auf einer jährlich überprüften Selbsteinschätzung und Auswertung 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.

¹ Arbeitnehmervertreter*in.

² Zuvor von September 2015 bis April 2018 Mitglied im Aufsichtsrat.

³ 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 Gesamtaufsichtsrat regelmäßig in der folgenden Aufsichtsratssitzung. Der Aufsichtsrat hat sieben 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 Anstellungsverträge von Vorstandsmitgliedern sowie über weitere Vorstandsangelegenheiten. Schließlich kann er über zustimmungsbedürftige Geschäfte entscheiden, soweit der Aufsichtsrat nicht rechtzeitig beschließen kann. Dem Präsidialausschuss gehören an: Reinhard Pöllath (Vorsitzender), Wolfgang Herz, Frédéric Pflanz und Barbara Wentzel.

Prüfungsausschuss

Der Prüfungsausschuss besteht aus insgesamt fünf 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, Uta Kemmerich-Keil, verfügt über eine ausgeprägte Sachkenntnis auf diesen Gebieten als frühere Chief Executive Officer des internationalen Health Care Geschäfts eines globalen Konsumgüterkonzerns sowie aufgrund langjähriger Führungspositionen in Finanz- und Controlling-Bereichen eines global tätigen Pharmakonzerns. Zudem bilden ihre Mitgliedschaften in anderen Aufsichtsräten, ihre vorherige Tätigkeit in der Internen Revision und ihre internationale Ausbildung die nötigen fachlichen Grundlagen zur effektiven Beurteilung der relevanten Aufgaben des Prüfungsausschusses. 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 Nichtfinanzielle Erklärung bzw. Nachhaltigkeitsbericht), den Vorschlag an die Hauptversammlung zur Wahl des Abschlussprüfers und des Prüfers für den Nachhaltigkeitsbericht sowie die Vereinbarungen mit diesen Prüfern (Erteilung des Prüfungsauftrags, Festlegung von Prüfungsschwerpunkten, Honorarvereinbarung), und unterbreitet dem Aufsichtsrat entsprechende Empfehlungen. Der Prüfungsausschuss befasst sich in enger Abstimmung mit den Prüfern mit der Einschätzung des Prüfungsrisikos, der Prüfungsstrategie und der Prüfungsplanung. Ferner überwacht der Prüfungsausschuss die Unabhängigkeit der Prüfer, befasst sich mit den von ihnen zusätzlich erbrachten Leistungen gemäß der vom Ausschuss festgelegten Richtlinie zur Billigung von Nichtprüfungsleistungen und beurteilt regelmäßig die Qualität der Abschlussprüfung und der Prüfung der Nichtfinanziellen Erklärung. Mit den Prüfern findet ein regelmäßiger Austausch zu relevanten Themen, insbesondere dem Fortgang der jeweiligen Prüfung, 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 Revisionssystems. Außerdem erörtert er die Halbjahresberichte und die Quartalsmitteilungen mit dem Vorstand vor deren Veröffentlichung. Dem Prüfungsausschuss gehören an: Uta Kemmerich-Keil (Vorsitzende), Jan Koltze, Olaf Papier, Frédéric Pflanz und Reinhard Pöllath.

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), Uta Kemmerich-Keil, Jan Koltze, Olaf Papier und Reinhard Pöllath.

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, Uta Kemmerich-Keil, Olaf Papier, Doris Robben und Kirstin Weiland.

Digital- & ESG-Ausschuss

Der Digital- & ESG-Ausschuss besteht aus insgesamt sechs Mitgliedern der Anteilseigner*innen- und der Arbeitnehmer*innenseite. Er überwacht die Digitalstrategie des Unternehmens insbesondere hinsichtlich der Wirksamkeit der digitalen Transformation sowie der Geschäftsprozesse und -systeme. Daneben befasst er sich mit der nachhaltigen Unternehmensführung mit Bezug auf ESG-Kriterien, einschließlich Strategien, Zielsetzungen und Initiativen. Sowohl auf den Gebieten der Digitalisierung als auch der Nachhaltigkeit ist die Vorsitzende des Ausschusses, Donya-Florence Amer, eine ausgewiesene Expertin, insbesondere aufgrund ihrer aktuellen Tätigkeit als Chief Information Officer eines international tätigen Konzerns und ihrer früheren geschäftsführenden Position in einem Beratungsunternehmen für Nachhaltigkeitsstrategien und -lösungen in Industrie und Wirtschaft; zudem hat sie das Führungskräfteprogramm „Sustainable Leadership – Towards Net Zero Emissions“ der Universität Cambridge absolviert. Dem Digital- & ESG-Ausschuss gehören an: Donya-Florence Amer (Vorsitzende), Hilde Cambier, Uta Kemmerich-Keil, Frédéric Pflanz, Doris Robben und Barbara Wentzel.

Vermittlungsausschuss

Der mitbestimmungsrechtliche Vermittlungsausschuss besteht aus dem Aufsichtsratsvorsitzenden, seinem Stellvertreter sowie je einem von der Arbeitnehmer*innen- und einem von der Anteilseigner*innenseite gewählten Mitglied. Er macht Vorschläge zur Bestellung von Vorstandsmitgliedern, falls im ersten Wahlgang nicht die erforderliche Zweidrittelmehrheit erreicht wird. Der Vermittlungsausschuss ist seit mehreren Amtszeiten nicht zusammengetreten. Dem Vermittlungsausschuss gehören an: Reinhard Pöllath (Vorsitzender), Olaf Papier, Frédéric Pflanz und Barbara Wentzel.

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 mit dem Kompetenzprofil des Aufsichtsrats nach umfangreicher Vorbefassung und ausführlichen Vorgesprächen dem Aufsichtsrat Kandidat*innen für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung vor.

Auch vor den 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 bereits vor der Neuwahl vorhandenen Kompetenzen und Profile der Anteilseignervertreter*innen war der Nominierungsausschuss zu der Einschätzung gelangt, bis auf

eine vakant werdende Position an der vorherigen Besetzung festzuhalten und diese zur Wiederwahl vorzuschlagen. Dem Nominierungsausschuss gehören an: Reinhard Pöllath (Vorsitzender), Hong Chow, Uta Kemmerich-Keil und Frédéric Pflanz.

Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse ist auf www.beiersdorf.de/ueber-uns/unsere-profil/aufsichtsrat sowie im Kapitel „Organe der Beiersdorf AG“ in diesem Bericht zu finden. Auf der genannten Internetseite werden auch aktuelle Lebensläufe der Mitglieder des Aufsichtsrats dauerhaft veröffentlicht; zudem werden auf der Internetseite etwaige weitere Mandate der Aufsichtsratsmitglieder dargestellt und dabei zwischen Mandaten bei börsennotierten und nicht-börsennotierten Gesellschaften sowie konzerninternen Mandaten differenziert.

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 drei Jahre. Die Vorstandsaufgaben sind nach funktionalen und regionalen Gesichtspunkten verteilt. Der Geschäftsverteilungsplan ist Bestandteil der Geschäftsordnung für den Vorstand; diese ist auch auf der Internetseite des Unternehmens unter www.beiersdorf.de/investor-relations/corporate-governance/fuehrungsstruktur zugänglich.

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, Halbjahresberichte und der Jahres- und Konzernabschlüsse sowie für 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 „[Risiko- und Chancenbericht](#)“ bzw. „[Nichtfinanzielle 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 informiert sich, berät und beschließt in regelmäßigen Sitzungen, die der Vorsitzende des Vorstands leitet. Beschlüsse können auch außerhalb von Sitzungen gefasst werden, insbesondere durch schriftliche Stimmabgaben. Die Mitglieder des Vorstands arbeiten kollegial zusammen und unterrichten sich gegenseitig laufend über wichtige Maßnahmen und Vorgänge in ihren Ressorts.

Vorstandsmitglieder sind nach der Geschäftsordnung für den Vorstand verpflichtet, möglicherweise auftretende Interessenkonflikte unverzüglich dem Aufsichtsrat offenzulegen und die übrigen Mitglieder des Vorstands zu informieren. 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 vergangenen Jahren allgemein und in konkreten Fällen sehr intensiv mit Diversität im Vorstand beschäftigt. Seit 2022 sind mit Astrid Hermann, Nicola D. Lafrentz und Grita Loeb sack drei Frauen Mitglied des Vorstands; der Frauenanteil im Vorstand liegt demnach zum Ende des Berichtsjahres bei 50 %. 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 30 % festgelegt 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 Barbara Wentzel). 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. Die Nachfolgeplanung soll dabei nicht nur die Entwicklung und Bindung der wichtigsten Talente fördern, sondern auch die langfristige Wertschöpfung von Beiersdorf durch die Besetzung von Schlüsselpositionen mit den besten Mitarbeitenden steigern. Insbesondere berät der Personalausschuss regelmäßig über die Nachfolgeplanung (einschließlich der Vergütungsstruktur) und berücksichtigt dabei die Führungskräfteplanung des Unternehmens. Im Jahr 2025 befasste sich der Personalausschuss zusammen mit dem Vorstand insbesondere mit den Themen Diversity und Inklusion, Nachfolge- und Personalplanung, Weiterentwicklung von Führungskräften sowie Digitalisierung und Modernisierung 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 in einem strukturierten Prozess identifiziert, gefördert und vorausgewählt wird. Dieser Prozess umfasst auch Entwicklungsprogramme, die gezielt und individuell auf die Nachfolgekandidat*innen zugeschnitten sind. 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 bereits im September 2023 früher als geplant erreicht und seitdem aufrechterhalten; per Ende 2025 waren weltweit 52,3 % (Vorjahr: 51,9 %) 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 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.

Der Vorstand hat 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 2025 betrug der Frauenanteil in der ersten Führungsebene 42,1 % (Vorjahr: 43,9 %) und in der zweiten Führungsebene 48,1 % (Vorjahr: 46,8 %).

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 der Prüfer für die Abschlüsse und für den Nachhaltigkeitsbericht 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. Auf der Internetseite der Gesellschaft wird mindestens vier Tage vor der Hauptversammlung auch der Bericht des Vorstandsvorsitzenden veröffentlicht. 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 Nichtaktionär*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 2026 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 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 des Vermerks 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 veröffentlicht; der letzte Vergütungsbeschluss der Hauptversammlung gemäß § 113 Abs. 3 AktG ist unter www.beiersdorf.de/investor-relations/hauptversammlung/2025 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 17. April 2025 wählte die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Frankfurt am Main, zum Abschlussprüfer für die AG und den Konzern für das Geschäftsjahr 2025 sowie zum Prüfer für die prüferische Durchsicht des Halbjahresberichts 2025. Die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft prüft die Jahres- und Konzernabschlüsse der Beiersdorf AG seit 2024. Verantwortlicher Abschlussprüfer ist Thorsten Dzulko. Die Nichtfinanzielle Erklärung 2025 wird ebenfalls von der PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen. Verantwortliche Prüferin ist Claudia Niendorf-Senger.

Aktuelle Entwicklungen und wichtige Unternehmensinformationen werden zeitnah auf der Internetseite 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 Nichtfinanzielle Erklärungen, Jahresabschlüsse, Vergütungsberichte, 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 veröffentlicht und dort mindestens fünf Jahre lang zugänglich.

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 Schlusserklärung 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 HGB und § 289a 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 17. April 2025 den Vorstand ermächtigt, das Grundkapital in der Zeit bis zum 16. April 2030 mit Zustimmung des Aufsichtsrats um bis zu insgesamt 90 Mio. € (genehmigtes Kapital I: 40 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 17. April 2025 beschlossen, das Grundkapital um bis zu insgesamt 30 Mio. €, eingeteilt in bis zu 30 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 16. April 2030 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 16. April 2030 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 17. April 2025 die Gesellschaft ermächtigt, gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG in der Zeit bis zum 16. April 2030 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 ebenso 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.

Der Vorstand wurde ferner ermächtigt, die aufgrund der vorgeschlagenen oder einer vorhergehenden Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien im Zusammenhang mit aktienbasierten Vergütungs- bzw. Belegschaftsaktienprogrammen sowie zur Bedienung von Erwerbspflichten oder Erwerbsrechten auf Beiersdorf Aktien, die mit Mitgliedern des Vorstands der Gesellschaft im Rahmen der Regelungen zur Vorstandsvergütung vereinbart werden, zu verwenden. Auch in diesen Zusammenhang ist ein Bezugsrechtsausschluss erforderlich.

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. Durch die Ermächtigung zur Gewährung von Aktien an Mitarbeitende sowie Mitglieder des Vorstands soll es möglich werden, die Identifikation mit Beiersdorf zu stärken, bzw. einen Anreiz für eine langfristige, auf Nachhaltigkeit angelegte Unternehmensführung zu setzen.

Im Zusammenhang mit dem in der Zeit vom 28. Mai 2025 bis zum 18. August 2025 durchgeführten Aktienrückkaufprogramm hat der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats von der Ermächtigung zur Einziehung eigener Aktien ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss Gebrauch gemacht und insgesamt 5.400.000 Aktien eingezogen. Ebenso hat die Gesellschaft im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms von der Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien Gebrauch gemacht und insgesamt 4.690.621 Aktien erworben.