

Standort Deutschland

Die **Beiersdorf AG** ist eine weltweit agierende Unternehmensgruppe, die ihren Fokus auf die Entwicklung, die Herstellung sowie den internationalen Vertrieb von hochwertigen Hautpflegeprodukten legt.

Der Konzern mit Hauptsitz in Hamburg beschäftigt rund 19.000 Mitarbeiter in mehr als 150 Tochtergesellschaften weltweit und zählt zu den international erfolgreichsten Herstellern im Bereich Hautpflege. Zum Markenportfolio gehört unter anderem die in Deutschland führende apothekenexklusive Körperpflegemarke Eucerin®. Mit der Pflaster- und Wundversorgungsmarke Hansaplast® ist das

Unternehmen zudem Marktführer in Deutschland sowie in 21 anderen Ländern. Des Weiteren hat die Beiersdorf AG mit NIVEA® die weltweit größte Hautpflegemarke in ihrem Sortiment.

Erstes Patent 1882 Der Unternehmensgründer Carl Paul Beiersdorf selbst legte den Grundstein für den heutigen Erfolg: Im Jahr 1880 ließ sich der Pharmazeut in Hamburg nieder und übernahm eine Apotheke. Mit

seinen physikalischen Kenntnissen und Fähigkeiten baute er in kurzer Zeit ein Laboratorium auf und bot Ärzten seine Dienste an. In enger Zusammenarbeit mit dem damals führenden Dermatologen Prof. Paul Gerson Unna entwickelte er ein Verfahren zur Herstellung von medizinischen Pflastern und meldete dafür sein erstes Patent an. Der 28. März 1882, das Datum der Patentschrift, gilt zugleich als Gründungsdatum der Firma. Als der Apotheker Dr. Oscar Trop-

lowitz das Laboratorium 1890 übernahm, baute er dieses schnell zu einem führenden Markenartikelunternehmen aus. Die Geschichte von Eucerin® begann im Jahr 1900 mit einer „medizinischen Revolution“: Der Chemiker Dr. Isaac Lifschütz schaffte es, aus dem Wollfett von Schafen eine haltbare und geschmeidige Salbengrundlage herzustellen. Der Beiersdorf-Forscher nannte den Emulgator Eucerit, der die Basis von Eucerin®-Produkten und der 1911 entwickelten NIVEA® Creme bildete.

Intensive Forschung Die Entdeckung und Erforschung von Wirkzusammenhängen bestimmter Substanzen mit der menschlichen Haut und die Entwicklung neuer Produktzusammensetzungen bilden seit rund 130 Jahren die Basis für den Erfolg von Beiersdorf. Pro Jahr arbeitet die Forschungs- und Entwicklungsabteilung an 130 bis 200 Projekten. Die hohe Innovationsrate des Unternehmens zeigt sich zudem in rund 100 Produktneuentwicklungen pro Jahr. In Zusammenarbeit mit einem internationalen Forschungsnetz-



© Beiersdorf AG

BEIERSDORF AG

Unnastraße 48
20245 Hamburg
Tel.: 0 40/49 09-0
Fax: 0 40/49 09-34 34
www.beiersdorf.de

werk sind weltweit über 570 Mitarbeiter im Unternehmensbereich Consumer beschäftigt. Der Großteil der Forschungsarbeit erfolgt in Hamburg, in einem der modernsten und bedeutendsten Hautforschungszentren weltweit. Im eigenen Probandenzentrum finden hier jährlich rund 27.000 Einsätze

Verbraucher zugeschnitten sind und durch ausgezeichnete Qualität sowie hervorragende Verträglichkeit überzeugen. Mit einem besseren Verständnis von hautbiologischen Vorgängen sind unsere Forscher in der Lage, Produkte gezielt zu entwickeln.“ Seit 2005 verfügt das Unternehmen etwa über ein spezielles

produkten ermöglicht. Des Weiteren haben neueste Erkenntnisse die Voraussetzungen dafür geschaffen, im Jahr 2010 mit Eucerin® Aquaporin ACTIVE erstmals Produkte auf den Markt zu bringen, die Gluco-Glycerol enthalten. In-vitro-Daten zeigen, dass Gluco-Glycerol die Bildung von so genannten Aquaporinen stimuliert, kleinen Wasserkanälen in den epidermalen Hautzellen, die für den Feuchtigkeitstransport sorgen. Diese innovative Formeltechnologie fließt seither kontinuierlich in weitere Produkte ein.

Eucerin® in der Apotheke

„Mit ihrem umfassenden Know-how sind PTA und Apotheker für die kompetente Beratung in Sachen Haut von großer Bedeutung. Aus diesem Grund pflegt Beiersdorf seit vielen Jahren eine enge Zusammenarbeit mit Apotheken. Der Außendienst informiert kontinuierlich über Produkte sowie Hintergründe und gibt umfangreiche Abverkaufsunterstützung“, berichtet Thomas Krüger-Herbert, Direktor Business Unit Pharmacy Deutschland. „Im Rahmen von Fortbildungsveranstaltungen schulen wir intensiv Produkt- sowie Kommunikations- und Beratungswissen, mit dem Kunden individuell und umfassend Hilfestellung rund um die Haut gegeben werden kann. Produktbeurteilungen und das Feedback von PTA und Apothekern nutzen wir regelmäßig, um unsere Produkte und Maßnahmen kontinuierlich zu verbessern.“ Mit der Eucerin®-Website und dem Apothekenportal „Beiersdorf Kunden Kompass“ bietet der Konzern online umfassende Informationen. Die Eucerin®-Hotline speziell für Apotheker und PTA unterstützt telefonisch bei Fragen aller Art. ■

Kirstin Engelbracht, Redaktion

Firmengeschichte im Überblick:

1882 – Gründung des Unternehmens durch den Apotheker Paul C. Beiersdorf.

1890 – Der Apotheker und Geschäftsmann Dr. Oscar Tropolowitz kauft das Unternehmen in Hamburg.

1900 – Der Emulgator Eucerit („das schöne Wachs“) wird zum Patent angemeldet. Er ist die Grundlage von Eucerin® und der späteren NIVEA® Creme.

1903 – Die erste Eucerin® Salbe wird „Paul Beiersdorf & Co.“ genannt.

1911 – Dr. Oscar Tropolowitz entwickelt in enger Zusammenarbeit mit dem Chemiker Dr. Isaac Lifschütz und dem Dermatologen Prof. Dr. Paul G. Unna erstmals eine stabile Hautcreme auf Basis einer Wasserin-Öl-Emulsion unter Verwendung des Emulgators Eucerit.

Eucerin® Pulver zur Wundversorgung, Jodsalbe und Seife werden eingeführt.

1922 – Umfirmierung in die Aktiengesellschaft P. Beiersdorf & Co. AG.

Hansaplast® kommt auf den Markt: Das erste Pflaster mit einer Mullauflage kann auch für die Versorgung offener Wunden eingesetzt werden.

1929 – Weltweit bestehen bereits über 20 Produktionsstellen.

1932 – Beiersdorf beschäftigt zum Zeitpunkt seines 50-jährigen Firmenjubiläums bereits über 1400 Mitarbeiter.

1950 – Geburtsstunde der pH5-Eucerin Salbe, die die Bedeutung des natürlichen Säureschutzmantels für die Gesunderhaltung der Haut in den Mittelpunkt stellt.

1978 – Mit der Einführung der Eucerin® pH5 Lotion gelang der erfolgreiche Schritt zu einem kompletten medizinischen Hautpflegeprogramm.

1989 – Beiersdorf beginnt mit der Umsetzung einer strategischen Neuausrichtung: die Konzentration auf die Kernkompetenzen Hautpflege, Wundversorgung und Klebetechnologie.

1998 – Die erste klinisch dokumentierte Q10 Active Anti-Falten-Creme kommt auf den Markt.

2004 – Eröffnung des Hautforschungszentrums in Hamburg. Pro Jahr werden über 100 Millionen Euro in den Bereich Forschung & Entwicklung investiert.

2006 – Eucerin® bringt mit dem „Hyaluron-Filler“ eine neue Generation der Anti-Falten-Pflege auf den Markt.

Eröffnung des weltweit ersten NIVEA® Hauses mitten in Hamburg.

2010 – Basierend auf einer Nobelpreis-inspirierten Technologie bringt Beiersdorf die neue Feuchtigkeitspflege Eucerin® AQUAPORIN ACTIVE auf den Markt.



Eucerin®-Produkte aus den 1920er-Jahren.

von Testpersonen und mehr als 1500 Studien statt. Unter realen Bedingungen können Probanden Produkte anwenden und die im direkten Dialog zwischen Verbrauchern und Entwicklern gewonnenen Erkenntnisse unmittelbar in die Produktoptimierung integriert werden. Thomas Schönen, Leiter der Konzernkommunikation, erklärt: „Ein Höchstmaß an Verbrauchernähe, globale Präsenz sowie die Orientierung an marktspezifischen Entwicklungen und den Besonderheiten der Haut in den jeweiligen Regionen gehören zu den Eckpfeilern unseres nachhaltigen Erfolgs. Mit wegweisenden Innovationen haben wir uns eine starke internationale Position geschaffen. Wir stellen uns auf die jeweiligen Märkte ein und entwickeln zukunftsweisende Produkte, die auf die unterschiedlichen Wünsche der

Asienlabor, in dem Pflegeprodukte für die Bedürfnisse asiatischer Verbraucher – beispielsweise im Hinblick auf die dortigen klimatischen Verhältnisse – entwickelt werden. Ein weiteres Labor, in dem die Produktentwicklung für latein- und südamerikanische Länder im Fokus steht, wurde 2007 zusätzlich eingerichtet.

Standards setzen Die hohe dermatologische Kompetenz und Forschungsqualität haben immer wieder dazu geführt, dass sich Beiersdorf Untersuchungs- und Beurteilungsmethoden für die Wirksamkeit von Hautprodukten zu Industrie- und weltweiten Standards entwickelt haben. Ein Beispiel hierfür ist die Einführung des Lichtschutzfaktors, der einen wissenschaftlichen Vergleich der Wirksamkeit von Sonnenschutz-

© Beiersdorf AG