

## PRESSEMITTEILUNG

### **Beiersdorf bündelt Kommunikation über Open-Innovation-Aktivitäten unter „PEARLFINDERS – We Open Innovation“**

- NIVEA-Hersteller intensiviert Kommunikation über Open-Innovation-Aktivitäten
- Einheitlicher Auftritt stärkt Image als innovativer und vertrauenswürdiger Partner
- Kommunikationsauftritt mit der Open-Innovation-Veranstaltung „Formulation Academy“
- Umbenennung der Open-Innovation-Plattform „Pearlfinder“ in „TRUSTED NETWORK“

**Hamburg, 20. Juni 2016** – Unter dem Begriff „PEARLFINDERS – We Open Innovation“ intensiviert der NIVEA-Hersteller Beiersdorf seine Kommunikation über Open-Innovation-Aktivitäten. „Die Zusammenarbeit mit externen Innovationspartnern aus Industrie und Wissenschaft ist ein wichtiges Feld für unsere Forschung & Entwicklung“, erläutert Andreas Clausen, Corporate Director Open Innovation & Innovation Portfolio. „Unter dem neuen Kommunikationsdach PEARLFINDERS wollen wir unsere Sichtbarkeit als attraktiver und vertrauenswürdiger Partner weiter erhöhen.“ Dazu gehört neben dem übergreifenden Namen auch ein einheitliches Erscheinungsbild. Außerdem wird Beiersdorf seine Kommunikationsaktivitäten über Innovationspartnerschaften und -projekte weiter ausbauen.

### **Netzwerk aus über 500 externen Kooperationspartnern**

Seit vielen Jahren arbeitet die Forschung & Entwicklung des Hautpflegeunternehmens intensiv und erfolgreich mit inzwischen mehr als 500 externen Kooperationspartnern zusammen und kann bereits auf eine große Zahl von Projekten und gemeinsam entwickelter Innovationen zurückblicken. Schon die Erfindung der NIVEA Creme im Jahr 1911 resultierte aus einer Kooperation mit dem Dermatologen Prof. Dr. Paul Gerson Unna. Auch viele heutige Produktinnovationen – zum Beispiel die Q10 Pearls und der NIVEA-Damenrasierer, aber auch die Entwicklung innovativer Verpackungen wie des NIVEA Face-Tiegels – wurden durch eine enge Zusammenarbeit mit externen Partnern möglich. Und mit Dr. Stefan Hell gehört sogar ein Nobelpreisträger zum umfangreichen akademischen Kooperationsnetzwerk des Unternehmens.

### **Konsequenter Ausbau der Open-Innovation-Aktivitäten**

Neben der Pflege der Netzwerke und strategischen Partnerschaften mit führenden Forschungsinstituten, Universitäten und Zulieferern hat Beiersdorf seine Open-Innovation-Aktivitäten in den vergangenen Jahren systematisch ausgebaut. Ein zentrales Element ist dabei die 2011 eingeführte Open-Innovation-Plattform Pearlfinder, die für den übergreifenden Namen PEARLFINDERS Pate stand. Diese Plattform wird unter dem neuen Kommunikationsdach in

---

„TRUSTED NETWORK“ umbenannt und ist unter der neuen Adresse [trusted-pearlfinders.beiersdorf.com](https://trusted-pearlfinders.beiersdorf.com) zu erreichen. Weitere Open-Innovation-Formate von Beiersdorf sind zum Beispiel der Innovation Pitch auf der Kosmetikfachmesse in-cosmetics und Inhouse-Veranstaltungen wie die Supplier Fair und die Formulation Academy, auf denen ausgewählte Innovationspartner Ideen und Trends präsentieren.

## **Startschuss für PEARLFINDERS auf der Formulation Academy**

Eine Formulation Academy fand in der vergangenen Woche erstmals im Rahmen von PEARLFINDERS statt: Ein langjähriger Innovationspartner präsentierte vor 80 Forschern und Entwicklern exklusiv neue Ideen, Rohstoffe und technologisches Hintergrundwissen für Texturen und Formulierungen in den Produktbereichen Gesichts-, Körper- und Sonnenpflege. „Das Interessante an diesem Format ist, dass es unseren Mitarbeitern die Möglichkeit eröffnet, hier vor Ort im offenen Dialog Formulierungen und Produktideen kennenzulernen, direkt mit den Partnern ins Gespräch zu kommen und sich ‚ungefiltert‘ inspirieren zu lassen“, erklärt Andreas Clausen. „Von den Rückmeldungen unserer Kolleginnen und Kollegen über unsere Inhouse-Veranstaltungen wissen wir, dass daraus neben dem Aufbau von Wissen auch bereits Ideen und Lösungen entstanden sind, die wir alleine nicht oder zumindest erst deutlich später entwickelt hätten.“

## **Über die Beiersdorf AG**

Die Beiersdorf AG ist ein führender Anbieter innovativer und hochwertiger Hautpflegeprodukte und verfügt über mehr als 130 Jahre Erfahrung in diesem Marktsegment. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg beschäftigt weltweit über 17.000 Mitarbeiter und ist im deutschen Leitindex für Aktien, dem DAX, gelistet. Im Geschäftsjahr 2015 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von 6,7 Mrd. Euro. Die weltweit größte Hautpflegemarke\* NIVEA ist das Herzstück des Markenportfolios, zu dem darüber hinaus Marken wie Eucerin, La Prairie, Labello und Hansaplast zählen. Die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE, ein ebenfalls weltweit führender Hersteller in seiner Branche, versorgt Industrie, Gewerbe und Verbraucher mit selbstklebenden Produkt- und Systemlösungen.

*\* Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2014.*

## **Kontakt:**

### Beiersdorf AG

Inken Hollmann-Peters

Vice President Corporate Communications & Sustainability

Tel: +49 40 4909-2001

E-Mail: [cc@beiersdorf.com](mailto:cc@beiersdorf.com)