

PRESSEMITTEILUNG

Beiersdorf stärkt Beziehungen zu Geschäftspartnern mit neuem Lieferantenprogramm „Blue Circle“

- Beiersdorf mit Pilotprojekt in Deutschland gestartet
- Programm intensiviert den Austausch mit ausgewählten Lieferanten
- Zusätzliche Wachstumsimpulse für Partner und Beiersdorf
- 15 Lieferanten gehören dem „Blue Circle“-Netzwerk bereits an

Hamburg, 21. September 2016 – Die Beiersdorf AG, Hamburg, hat im Geschäftsbereich Deutschland/Schweiz mit „Blue Circle“ ein neues Programm für ausgewählte lokale Lieferanten eingeführt und stärkt damit die strategische Zusammenarbeit mit seinen wichtigsten Geschäftspartnern. „Blue Circle geht weit über die gewöhnliche Lieferanten-Kunden-Beziehung hinaus und stellt die partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe in den Vordergrund“, erläutert Heiko Stuhr, Supply Chain Director Deutschland/Schweiz. „Soweit es externe und interne Regularien zulassen, zielt das Programm darauf ab, unsere wichtigsten Partner über das allgemeine Tagesgeschäft hinaus eng in unser unternehmerisches Handeln einzubeziehen und gemeinsam an strategisch relevanten Fragestellungen und deren Lösungen zu arbeiten. So erhöhen wir die Transparenz und schaffen gleichzeitig ein größeres Verständnis für unsere Prozesse.“

Bislang zählt das Netzwerk 15 Mitglieder aus ganz unterschiedlichen Branchen, darunter Logistikdienstleister, Kreativ- und Marktforschungsagenturen, Druckereien sowie Hersteller von Verpackungs-, Werbe- und POS-Material.

Durch gemeinsame Initiativen zusätzliche Wachstumspotenziale erschließen

Im Rahmen des Programms hat Beiersdorf gemeinsam mit den beteiligten Lieferanten Projekte aufgesetzt, die sich auf Themenfelder wie innovative Produktlösungen, Produktstandardisierung oder die Prozessoptimierung konzentrieren. „Durch Blue Circle rücken unsere strategischen Partner näher an Beiersdorf und unsere Marken heran“, erklärt Heiko Stuhr. Das Besondere an der Zusammenarbeit ist, dass die einzelnen Lieferanten nicht nur voneinander abgegrenzt in ihren jeweiligen Prozessabschnitten denken, sondern vielmehr das große Ganze im Blick haben. „Wir arbeiten parallel funktionsübergreifend“, so Heiko Stuhr. „An der Optimierung unserer POS-Displays arbeitet beispielsweise neben dem Packmittellieferanten auch der Konfektionär direkt mit unseren Kollegen aus dem Einkauf und der Packungsentwicklung zusammen. Diese Form

des Austauschs ermöglicht es sowohl uns als auch unseren Partnern kosteneffizienter zu sein und Wachstumsimpulse für beide Seiten zu realisieren.“

Ferner erhalten Lieferanten über ihre „Blue Circle“-Mitgliedschaft erweiterte Publikationsrechte, sodass sie ausgewählte Beiersdorf-Referenzen veröffentlichen und mit der Zusammenarbeit werben können.



Logo des Beiersdorf-Lieferantenprogramms Blue Circle

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 2015.

Kontakt Corporate Communications:

Beiersdorf AG

Inken Hollmann-Peters

Vice President Corporate Communications & Sustainability

Tel.: +49 40 4909-2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com