

PRESSEMITTEILUNG

Strategische Partnerschaft mit NetEase Kaola:

Beiersdorf baut E-Commerce-Präsenz in China weiter aus

- Beiersdorf schließt strategische Partnerschaft mit der größten Online-Handelsplattform für Importwaren in China
- Kaola-Allianz eröffnet Beiersdorf mit NIVEA Zugang zu mehr als 900 Millionen Nutzern
- Hamburgs Erster Bürgermeister Dr. Peter Tschentscher betont die Bedeutung der Handelsbeziehungen zwischen der Hamburger Wirtschaft und China

Hamburg, 14. Mai 2018 – Nach den erfolgreichen Kooperationen mit JD.com und Alibaba schließt Beiersdorf nun auch eine strategische Partnerschaft mit NetEase Kaola, Chinas führender Onlineplattform für grenzübergreifenden Handel. Der Boom von Importwaren in China bescherte Kaola seit der Gründung vor erst drei Jahren hohe zweistellige Wachstumsraten. Durch die Zusammenarbeit erhält Beiersdorf mit seiner Marke NIVEA Zugang zu diesem schnell wachsenden Markt, der 2017 im Vergleich zum Vorjahr um 80,6% zulegte¹. Heute trafen sich NetEase Kaola CEO Zhang Lei und Beiersdorf Asien- und Markenvorstand Ralph Gusko im Hamburger Rathaus, um im Beisein des Hamburger Bürgermeisters Peter Tschentscher ihre strategische Allianz zu besiegeln.

„Der Senat unterstützt und fördert die Handelsbeziehungen zwischen der Hamburger Wirtschaft und China. Die heute vereinbarte strategische Partnerschaft zwischen dem Hamburger Dax-Unternehmen Beiersdorf und der inzwischen größten Cross-Border-E-Commerce-Plattform Chinas, KAOLA.com, ist ein großer Fortschritt im Handel zwischen unserer Hansestadt und der größten Volkswirtschaft in Asien“, sagte Peter Tschentscher, Erster Bürgermeister der Freien und Hansestadt Hamburg. Gerade im Bereich E-Commerce bietet China ein enormes Potenzial, das Beiersdorf durch langfristig angelegte Partnerschaften mit lokalen Branchenführern immer mehr ausgeschöpft. „Durch die Kooperation mit NetEase Kaola können wir unsere Onlinepräsenz auf dem wichtigen chinesischen Markt weiter ausbauen und noch näher an die lokalen Konsumenten rücken“, erklärte Beiersdorf Asien- und Markenvorstand Ralph Gusko. E-Commerce sei einer der

¹ General Administration of Customs (GAC) China, Februar 2018

wesentlichen Treiber für das Wachstum bei Beiersdorf. Als Land betrachtet, wird eCommerce in diesem Jahr der Größe nach unter den Top 5 der umsatzstärksten Tochtergesellschaften von Beiersdorf rangieren. „Gerade im Massenmarkt ist dies ein überdurchschnittlich gutes Ergebnis. Die Partnerschaft mit Kaola bringt uns auf das nächste Level“, so Gusko weiter. Im Bereich Cross-Border-E-Commerce wuchs NIVEA im letzten Jahr bereits deutlich schneller als der Markt.

Für Zhang Lei, Vorstandsvorsitzende von NetEase Kaola, bedeutet die Kooperation mit der weltweit größten Hautpflegemarke* NIVEA einen weiteren wichtigen Schritt im Ausbau der Handelsbeziehungen nach Europa: „Für westliche Unternehmen ist die Erschließung des komplexen chinesischen Marktes oft mit Hürden verbunden. Wir freuen uns und sind stolz, für eine global erfolgreiche und beliebte Marke wie NIVEA Brücken bauen zu können.“

In China stehen Marken „Made in Germany“ für besonders hohe Qualität und Verlässlichkeit. Ein Trend, der die Nachfrage wachsen lässt und den Beiersdorf nicht nur mit NIVEA nutzen kann. „Wir haben neben NIVEA auch weitere starke Marken im Portfolio“, so Gusko weiter. „Unsere Partnerschaft steht noch am Anfang. Wir freuen uns darauf, diese in Zukunft gemeinsam mit Kaola weiterzuentwickeln.“

Über Kaola.com

Seit der Gründung 2015 hat sich NetEase Kaola (www.kaola.com) zur führenden grenzübergreifenden Online-Handelsplattform für importierte Produkte in China entwickelt. Kaola möchte chinesischen Verbrauchern die hochwertigsten Produkte der Welt über eine sichere Lieferkette anbieten, die das geistige Eigentum der Hersteller schützt und den Handel gefälschter Waren unterbindet. Auf Kaola.com werden mehr als 3.000 Marken aus über 80 Ländern vertrieben. Kaola unterhält 12 Niederlassungen in China, Deutschland, den USA, Italien, Japan, Südkorea, und Australien. Kaola ist eine Tochtergesellschaft von NetEase, einem der größten Internetunternehmen Chinas.

Über die Beiersdorf AG

Die Beiersdorf AG ist ein führender Anbieter innovativer und hochwertiger Hautpflegeprodukte und verfügt über mehr als 135 Jahre Erfahrung in diesem Marktsegment. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg beschäftigt weltweit rund 19.000 Mitarbeiter und ist im deutschen Leitindex für Aktien, dem DAX, gelistet. Im Geschäftsjahr 2017 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von 7,1 Mrd. Euro. Das Beiersdorf Produktportfolio zeichnet sich durch starke, international führende

Haut- und Körperpflegemarken aus, zu denen u.a. NIVEA – die weltweit größte Hautpflegemarke* – Eucerin, Hansaplast und La Prairie gehören. Mit ihren innovativen und hochwertigen Produkten überzeugen sie Tag für Tag Millionen von Menschen weltweit. Weitere namhafte Marken wie Labello, Florena, 8x4, Hidrofugal, arix, Aquaphor, SLEK and Maestro ergänzen das umfangreiche Portfolio. Die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE, ein ebenfalls weltweit führender Hersteller in ihrer 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 2016.

Kontakt:

Beiersdorf AG

Inken Hollmann-Peters

Vice President Corporate Communications & Sustainability

Tel: +49 40 4909-2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com