

PRESSEMITTEILUNG

Beiersdorf schafft neue Corporate Indie Brand Unit

- Der C.A.R.E.+ Strategie folgend fasst Beiersdorf unter dem Namen OSCAR&PAUL neue Wege für Innovationen im Unternehmen zusammen
- Beiersdorf setzt mit OSCAR&PAUL gezielt auf neue Arbeitsmethoden sowie die Schaffung neuer Business-Modelle
- Den Auftakt macht der Bereich OSCAR&PAUL – Corporate Indie Brands, der neben der Stärkung bestehender Marken wie Labello, 8X4 und Hidrofugal zugleich Innovationszelle ist

Hamburg, 25. Juli 2019 – Sie waren zwei herausragende Persönlichkeiten ihrer Zeit. Zwei Menschen mit Unternehmerdenkweise und Erfindergeist: Oscar Troplowitz und Paul C. Beiersdorf sind bekannt als die Gründerväter von Beiersdorf. Mit viel Tatkraft und Selbstvertrauen schufen sie echte Innovationen und legten vor über 100 Jahren mit NIVEA den Grundstein für die heutige Weltmarke. Seit Anfang Juli sind Oscar Troplowitz und Paul C. Beiersdorf nun erstmals auch die Namensgeber für eine neue Geschäftseinheit bei Beiersdorf: OSCAR&PAUL – Corporate Indie Brands führt bestehende Marken wie 8X4, Labello und Hidrofugal, ist zugleich aber auch Innovationszelle für Neues.

„Bei unseren bestehenden Marken haben wir in den vergangenen zwei Jahren einen klaren Fokus auf neue Wege in der Markenentwicklung und Digitalisierung gelegt. Mit der neuen Geschäftseinheit werden wir künftig einen Schritt weiter gehen und auf allen Ebenen – von der Positionierung, über die Kommunikation bis hin zum Vertrieb – innovative Ansätze testen sowie interne Inspirationsquelle sein“, so Hauke Voß, Director der neuen Business Unit OSCAR&PAUL – Corporate Indie Brands. Doch dabei allein soll es nicht bleiben, wie er weiter erklärt: „Wir werden Corporate Indie Brands schaffen und neue Business-Modelle einführen, die innerhalb des Beiersdorf Konzerns einzigartig sind. Dabei haben wir uns ganz bewusst gegen die Gründung eines ausgelagerten Innovation-Labs entschieden, das losgelöst vom Konzern agiert. Wir werden auch weiterhin ein Bestandteil des Geschäftsbereichs Deutschland bleiben, einem unserer wichtigsten und größten Märkte.“

Neues Arbeiten und Gründer-Mentalität

Mastering Corporate Indie Brands – das ist Claim und zugleich Anspruch der neuen Geschäftseinheit an sich selbst. „Wir wollen Marken schaffen, die den heutigen Anforderungen von Konsumenten im Hinblick auf Authentizität, Sinnhaftigkeit und Geschwindigkeit entsprechen. Dazu müssen wir uns und unsere Vorgehensweisen immer wieder hinterfragen. Das erfordert von uns als Team ein besonderes Maß an Eigeninitiative, Mut und kreativem Denken“, so Hauke Voß. Die Unit orientiert sich an der Kultur, der Ideenfindung und den Arbeitsmethoden agiler Start-ups und testet sowie adaptiert sie entsprechend ihren Bedürfnissen im Unternehmenskontext. So arbeitet das Team bei der Entwicklung neuer Marken nicht nur mit Kollegen innerhalb des Unternehmens eng zusammen, sondern setzt ganz bewusst auch auf Input und Ideen externer Partner. Auf diese Weise können Wissen und Innovationsgeist zwischen unterschiedlichen Welten transferiert werden – und am Ende beide Seiten profitieren.

Dass Ziel und Anspruch keine Zukunftsvision sind, sondern lebendige Kultur, wird der Bereich bereits in diesem Jahr unter Beweis stellen. Den Auftakt macht der Relaunch der Deo-Marke 8X4. Auf Basis aktueller Trends und neuester Erkenntnisse über die Konsumentenbedürfnisse wurde rund um die Marke ein völlig neues Konzept entwickelt, das auf Individualisierung setzt. Im Herbst wird zudem – erstmals seit mehr als 30 Jahren – eine neue Marke eingeführt. Eine Marke, die unter die Haut geht und eine moderne, junge Zielgruppe ansprechen wird.

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 20.000 Mitarbeiter und ist im deutschen Leitindex für Aktien, dem DAX, gelistet. Im Geschäftsjahr 2018 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von über 7,2 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, Aquaphor, Florena, 8X4, Hidrofugal, arix, SLEK und Maestro ergänzen das umfangreiche Portfolio. Die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE, ein ebenfalls weltweit führender Hersteller in seiner Branche, versorgt Industrie, Gewerbe und Verbraucher mit selbstklebenden Produkt- und Systemlösungen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.de.

*Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2018.

Kontakt:

Beiersdorf AG

Inken Hollmann-Peters
Vice President Corporate Communications & Sustainability
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com