

PRESSEMITTEILUNG

Beiersdorf launcht Hautpflegemarke für tätowierte Haut

- Weiterer Meilenstein der C.A.R.E.+ Strategie: Beiersdorf erschließt mit Marke „Skin Stories“ neues Geschäftsfeld im Massenmarkt
- Tattoos werden immer beliebter: Geschäftseinheit OSCAR&PAUL – Corporate Indie Brands greift den Trend mit Tattoo-Pflegemarke auf
- Marke mit Mission „Making tattooing better and safer“ setzt neben spezieller Hautpflege auf Aufklärung rund um Tattoos und tätowierte Haut

Hamburg, 9. September 2019 – Es sind Bilder, die unter die Haut gehen – und sie sind längst in der Mitte der Gesellschaft angekommen: Tattoos. Derzeit ist nahezu jeder fünfte Deutsche tätowiert, bei Frauen zwischen 25 und 34 ist es sogar fast die Hälfte. Tendenz steigend. Dabei ist der Wunsch von Trägern und Tätowierern immer der gleiche: Die Kunstwerke auf der Haut sollen langfristig schön bleiben, auch über Jahrzehnte hinweg. Ende September bringt Beiersdorfs neue Business Unit OSCAR&PAUL – Corporate Indie Brands eine mit Tattoo-Experten entwickelte Pflegesystemlösung auf den Markt, die genau diesen Bedarf bedient: Die Hautpflegemarke „Skin Stories – Performance Cosmetics“.

„Tattoos werden immer beliebter und sind heute längst nicht mehr nur ein Zeichen von Rebellion, sondern auch ein persönliches Accessoire. Aber kaum einer weiß um die richtige Pflege von Tattoos“, sagt Hauke Voß, Director OSCAR&PAUL – Corporate Indie Brands. Knapp zwei Jahre lang haben er und sein Team intensiv geforscht, einen „Expert Circle“ aufgesetzt und eng mit externen Partnern zusammengearbeitet. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Die vier Produkte der neuen Marke Skin Stories bieten die passende Pflege für jedes Tattoo. Damit die Tattoos und deren Geschichten in ihrer Schönheit möglichst lange auf der Haut erhalten bleiben, hat das Team eine komplett neue Produktserie entwickelt, die die sogenannte INKGUARD-Technology® enthält. Dabei handelt es sich um eine Wirkstoffkombination, die dabei hilft, Tattoos optimal zu pflegen.

Mit dem Launch der ersten neuen Beiersdorf-Marke seit über 30 Jahren folgt nun ein weiterer Meilenstein im Zuge der C.A.R.E.+ Strategie. Mit der Pflegeserie für tätowierte Haut hat die Unit, die

sich auch die Einführung neuer Business-Modelle auf die Fahnen geschrieben hat, eine neue Hautpflegekategorie erobert. In dieser Nische gilt es sich zu behaupten, den Konsumenten einen entscheidenden Mehrwert zu bieten und den Markenzweck „Making tattooing better and safer“ mit Leben zu füllen. Aufklärung ist ein wesentlicher Aspekt der Markenstrategie. „Da Tätowieren kein Ausbildungsberuf ist, gibt es kein Standardverfahren, sich Fachwissen im Bereich der Dermatologie anzueignen, obwohl genau dieses Wissen die Kunst des Tätowierens weiter verbessern würde“, so Voß. „Deshalb hat Skin Stories neben der reinen Produktentwicklung den ‚Expert Circle‘ ins Leben gerufen, den ersten Think-Tank für modernes Tätowieren. Dieser wird erstmals die verschiedenen Disziplinen aus Hautforschung und Tattoo-Handwerk zusammenbringen.“

Die neue Marke wird ab Ende September im Handel und in ausgewählten, zertifizierten Tattoo-Studios verfügbar sein. Das Sortiment umfasst vier Produkte: Neben einem hochwirksamen Sonnenschutz in Form eines Sticks gibt es eine spezielle Bodylotion mit UV-Filtern für die tägliche Anwendung. Das Repair Balm eignet sich für die Pflege frisch gestochener Tattoos und unterstützt die Regeneration der Haut, während das Defining Serum Tattoos besonders intensiv pflegt und die Hautstruktur stärkt.

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, Maestro und Coppertone 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