

PRESSEMITTEILUNG

Globaler Relaunch der Beiersdorf Healthcare-Marken Bacteria Shield Pflaster bieten zuverlässigen Schutz von Wunden und erhöhte Nachhaltigkeit

- Beiersdorf relaucht seine Healthcare-Marken Hansaplast, Elastoplast und CURITAS auf der ganzen Welt
- Das Bacteria Shield Logo versichert Kund*innen, dass die Pflaster zuverlässig vor Schmutz und 99 Prozent der Bakterien* schützen
- Die verbesserten Produkte und Verpackungen sparen 83 Tonnen Kunststoff und 106 Tonnen Papier pro Jahr

Hamburg, 20. Januar 2021 – Beiersdorf hat den größten Markenrelaunch in der Geschichte seiner Healthcare-Marken umgesetzt: Hansaplast, Elastoplast und CURITAS bieten nun neue, verbesserte Produktinnovationen in einer nachhaltigeren Verpackung.

Bacteria Shield Pflaster: zuverlässiger Wundschutz

Der Relaunch schließt Verbesserungen des bestehenden Produktportfolios ein. Der zuverlässige und hochwertige Schutz der Pflaster wird durch das Bacteria Shield Logo hervorgehoben. Die Pflaster hindern 99 Prozent der Bakterien* daran, mit der Wunde in Berührung zu kommen. Das bedeutet, dass die Wunde maximalen Schutz vor Infektionen erhält, wodurch optimale Bedingungen für die Wundheilung geschaffen werden. „Selbst kleinere Schnitte und Kratzer sind anfällig für Infektionen, die langfristige Komplikationen verursachen können. Mit den Bacteria Shield Pflastern bieten wir zuverlässigen Schutz. Um den breit gefächerten Bedürfnissen unserer Kund*innen gerecht zu werden, haben wir zudem völlig neue Produktinnovationen entwickelt und bestehende Produkte weiter verbessert“, erklärt Alexander Reindler, General Manager des Geschäftsbereichs Health Care bei Beiersdorf. Eines der Highlights ist die neue ELASTIC-Produktlinie, die nun wasserabweisend ist und somit Wunden noch sicherer schützt. Darüber hinaus bieten diese besonders flexiblen Pflaster eine verbesserte Atmungsaktivität und Produktleistung.

Neue Verpackung mit Abbildungen in Originalgröße und Expert*innenempfehlungen

„Wir haben unsere Healthcare-Marken neu positioniert, um unser Engagement zum Ausdruck zu bringen, für unsere Kund*innen zu sorgen, wenn sie dies am meisten benötigen. Das kommt auch in unserer Markenphilosophie – ‚We’ve got you covered, for a life uninterrupted‘ – klar zum Ausdruck“, erklärt Reindler und fügt hinzu: „Die Kundenorientierung hat dementsprechend eine besondere Rolle bei unserem Markenrelaunch gespielt. Aber nicht nur, indem wir ihnen zuverlässigen Schutz vor Schmutz und Bakterien bieten. Das neue Verpackungsdesign erleichtert den Kund*innen auch die Orientierung vor dem Verkaufsregal, um unserer wichtigen Erkenntnis Rechnung zu tragen, dass das Verkaufsregal von heute kompliziert ist und es nicht einfach ist, sich zurechtzufinden.“ So verfügt jede Faltschachtel über einfache schriftliche und visuelle Informationen über das Produkt mit mikrogeprägten Produktabbildungen in den tatsächlichen Größen. Sie bieten eine klare Kommunikation über Inhalt, Vorteile, Produktabmessungen und Verbrauchersicherheitsinformationen. Um die Kund*innen an den Hauptvorteil der Produkte zu erinnern, trägt die Verpackung auch das Bacteria Shield Logo.

Darüber hinaus werden unter den Worten „Experten empfehlen“ pädagogische Piktogramme mit einer einfachen fachkundigen Anleitung für eine Wundpflege-Routine eingefügt: Reinigen – Schützen – Heilen. Auf diese Weise bietet die Verpackung den Kund*innen eine nützliche und praktische Anleitung für die Wundversorgung. Die überarbeitete Verpackung zeigt auch das neue Markenlogo und die Designsprache, die Teil des Markenrelaunches waren: Der bekannte asymmetrische Bogen wurde durch ein zufriedenes Lächeln ersetzt.

Starkes Engagement für Nachhaltigkeit

Darüber hinaus beinhaltet der Markenrelaunch einen beachtlichen Nachhaltigkeitsbeitrag auf der Grundlage von [CARE BEYOND SKIN](#), der Nachhaltigkeitsagenda von Beiersdorf. Im Sinne einer besseren Umweltverträglichkeit sparen die neuen leichteren Faltschachteln 106 Tonnen Papier pro Jahr und sind auf maximale Recyclingfähigkeit ausgelegt. Außerdem wird für alle Produkte mit Papier- oder Kartonverpackung FSC-zertifiziertes Papier verwendet. Gemäß den detaillierten Vorgaben des Beiersdorf Plastic Pledge 2025 wird auch bei der neuen Verpackung so weit wie möglich auf Kunststoff verzichtet. Zum Beispiel werden durch den Verzicht auf Kunststoff für versiegelte Beutel jährlich 3,2 km² (83 Tonnen) Kunststoff eingespart, was einem durchgehenden Pflasterstreifen entspricht, der 13,5-mal um die Welt gewickelt wird.

Über die Marke – Vorreiter der Wundversorgung seit beinahe 100 Jahren

Hansaplast, Elastoplast und CURITAS sind die regionalen Healthcare-Marken von Beiersdorf. Sie wurden 1922 gegründet und haben sich zu den Pflastermarken entwickelt, die weltweit am meisten Vertrauen genießen. Die Hansaplast-, Elastoplast- und CURITAS-Produkte sind international für ihre überragende Qualität bekannt. Neben Pflastern und Wundaufgaben umfasst das Sortiment sowohl altbewährte als auch innovative Produkte, die Lösungen für Fußprobleme, Sportverletzungen, Schmerzen und Wehwechen bieten.

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 2019 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von über 7,6 Mrd. Euro. Das Beiersdorf-Produktportfolio zeichnet sich durch starke, international führende Haut- und Körperpflegemarken aus, zu denen u. a. NIVEA – die weltweite Nr. 1 in der Hautpflege* –, 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.

** Basierend auf internen Tests nach einer angepassten offiziellen Standardmethode.*

*** Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2019.*

Kontakt:

Beiersdorf AG

Anke Schmidt

Vice President Corporate Communications & Government Relations

Tel.: +49 40 4909-2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com