

Pressemitteilung

Beiersdorf investiert in Start-up für digitale Hautarztbesuche

- Beiersdorf steigt über seine OSCAR&PAUL Beiersdorf Venture Capital Unit beim Start-up dermanostic ein.
- Einfach zu bedienende dermanostic-App ermöglicht hochqualitative, digitale Beratung von Verbraucher*innen im wachsenden Bereich der Teledermatologie.
- Erfolgreiche Kollaboration mit dermanostic ist ein weiterer Schritt in der Digitalstrategie von Eucerin: das Schaffen neuer digitaler Touchpoints und wegweisender Beratungsangebote für Verbraucher*innen.

Hamburg, 11. Januar 2022 – Der Hautpflegekonzern Beiersdorf investiert über seine OSCAR&PAUL Venture Capital Unit in das Düsseldorfer Start-up dermanostic. Das junge Unternehmen bietet im strategisch wichtigen Feld „Digital Health“ dermatologische Diagnosen per App an. Der Service ist ortsunabhängig und rund um die Uhr für 25 Euro zu buchen – die Diagnosen erfolgen durch erfahrene Dermatolog*innen binnen 24 Stunden, nachdem Patient*innen drei Fotos hochgeladen und einen Anamnese-Fragebogen ausgefüllt haben. Gerade bei leichteren Fällen kann dermanostic so den Besuch in einer dermatologischen Praxis komplett ersetzen und schnelle Lösungen für individuelle Hautprobleme liefern, beispielsweise durch den Versand eines benötigten Rezepts per Post oder digital über Online-Apotheken.

Digitale Diagnosen als neue Stufe der professionellen Hautberatung

Ascan Voswinckel, Head of OSCAR&PAUL Beiersdorf Venture Capital, sieht in dem jüngsten Investment und der damit einhergehenden Kollaboration mit dermanostic einen wichtigen Schritt. „Wir glauben an das große Potenzial von ‚Digital Health‘ und Teledermatologie – gerade in der jüngeren Zielgruppe. Digitale Besuche bei Dermatolog*innen bieten unseren Verbraucher*innen einen großen Mehrwert, denn sie ermöglichen eine schnelle, unkomplizierte, kostengünstige und professionelle Beratung für ihre Hautindikation. Damit passt das neue digitale Angebot von dermanostic perfekt zu unserer Marke Eucerin – und es ergänzt die digitale Consumer Journey unserer Dermokosmetik-Marke auf innovative Weise.“ Das bestätigt auch Cornelius Becker, Leiter des Bereichs Derma bei Beiersdorf: „Die Zusammenarbeit mit dermanostic ist ein relevanter Aspekt unserer Digitalisierungsstrategie. Besonders in Zeiten von COVID-19 müssen wir digitale Wege finden, um unseren Konsument*innen trotz physischer Distanz die passende Beratung zur Lösung ihrer Hautprobleme zu bieten. Durch den engen Austausch mit den Expert*innen von dermanostic können wir voneinander lernen und somit noch besser digitale Nähe zu unseren Verbraucher*innen schaffen.“ Zudem trifft die Kollaboration mit dem Start-up den Kern des Marken-Purposes „WE BELIEVE IN THE LIFE-CHANGING POWER OF DERMATOLOGICAL SKINCARE“, wie Becker weiter erklärt: „Hautprobleme haben nicht immer nur Auswirkungen auf unsere Haut – oft beeinflussen sie auch das Selbstbewusstsein, die Gefühlslage und damit die Lebensqualität der betroffenen Personen. Doch mit den richtigen dermatologischen

Kontakt

Corporate Communications
Anke Schmidt
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

Lösungen kann geholfen werden. Hierbei setzen wir neben unserer intensiven Forschungs- und Entwicklungsarbeit auch auf den engen Austausch mit Dermatolog*innen.“

Zwei Partner, ein Ziel: Lösungen für individuelle Hautprobleme bieten

„Wir freuen uns, mit Beiersdorf einen starken und erfahrenen Partner an unserer Seite zu haben“, so Dr. Ole Martin, Geschäftsführer und Mitgründer von dermanostic, zum Investment von Beiersdorf. „Schon in den zurückliegenden Monaten konnten wir feststellen, wie gut dermanostic und Eucerin zusammenpassen. Im Rahmen der Kooperation finden interessierte Nutzer*innen Informationen über unsere Angebote und Leistungen auf einer dezidierten Landingpage über www.eucerin.de. Nutzer*innen mit Hautproblemen haben hier auch direkt die Möglichkeit zum Service von dermanostic zu gelangen, um eine Hautberatung zu erhalten. Ein Angebot, das gut angenommen wurde.“

Im Sinne der Gründungsväter von Beiersdorf, Oscar Troplowitz und Paul Beiersdorf, investiert die OSCAR&PAUL Beiersdorf Venture Capital Unit in innovative Unternehmen und Start-ups. Die Einheit verfolgt dabei das Ziel, gegenseitigen Wert zu schaffen und gemeinsam zukunftsweisende Technologien, neue Geschäftsmodelle und Hautpflegeinnovationen voranzutreiben. Neben dem Investment in dermanostic investierte die OSCAR&PAUL Beiersdorf Venture Capital Unit unter anderem im Mai 2021 in die personalisierte Hautpflegemarke Routinely. Die Marke setzt auf eine modulare Hautpflege-Routine, die basierend auf einem Online-Fragebogen und einer App die dynamische Beschaffenheit der Haut berücksichtigt.

Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit fast 140 Jahren für innovative, hochwertige Haut- und Körperpflege sowie wegweisende Hautforschung. International führende Marken wie NIVEA – die weltweite Nummer 1 in der Hautpflege* –, EUCERIN (Dermokosmetik), LA PRAIRIE (Selektivkosmetik) und HANSAPLAST (Pflaster- und Wundversorgung) überzeugen Tag für Tag Millionen Menschen auf der ganzen Welt. Weitere namhafte Marken wie LABELLO, AQUAPHOR, FLORENA, 8X4, HIDROFUGAL, GAMMON, COPPERTONE, MAESTRO, CHAUL und STOP THE WATER WHILE USING ME! ergänzen das umfangreiche Portfolio. Über die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE ist Beiersdorf auch als einer der weltweit führenden Hersteller technischer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher*innen aktiv.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg erzielte im Geschäftsjahr 2020 einen Umsatz von 7.025 Mio. Euro sowie ein betriebliches Ergebnis (EBIT) von 828 Mio. Euro. Beiersdorf beschäftigt weltweit über 20.000 Mitarbeiter*innen, die durch gemeinsame Werte, eine starke Unternehmenskultur und den Beiersdorf Purpose „Care Beyond Skin“ verbunden sind. Mit der Strategie [C.A.R.E.+](#) verfolgt das Unternehmen ein mehrjähriges Investitionsprogramm, das auf wettbewerbsfähiges, nachhaltiges Wachstum zielt. Das Programm steht im Einklang mit der ambitionierten [Nachhaltigkeitsagenda](#), mit der Beiersdorf einen klaren Mehrwert für Verbraucher*innen, die Gesellschaft und die Umwelt schafft.

* Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2020.

Kontakt

Corporate Communications
Anke Schmidt
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: cc@beiersdorf.com

Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.de.

[Twitter](#)

[YouTube](#)

[LinkedIn](#)

[Xing](#)

Kontakt

Corporate Communications

Anke Schmidt

Tel.: +49 40 4909-2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com