

Pressemitteilung

Beiersdorf lanciert Pflaster der nächsten Generation: Edukative Kampagne für mehr Wissen rund um Wundheilung

- Neues Pflaster kommt unter den Marken Hansaplast, Elastoplast und CURITAS auf dem Markt.
- Fortschrittliche Wundversorgung für zu Hause: Edukative Kampagne vermittelt Verbraucher*innen Wissen zur Wundheilung.
- Über 100 Jahre Expertise: Mit der nächsten Generation der Wundversorgung geht Beiersdorf einen weiteren Schritt auf dem Weg zum besten Hautpflegeunternehmen der Welt.

Hamburg 28.01.2025 - Vor über 100 Jahren brachte Beiersdorf sein erstes Pflaster mit Wundaufgabe unter dem Namen Hansaplast auf den Markt. Jetzt stellt das Unternehmen ein neues Pflaster vor, das auf fortschrittlicher Hydrokolloid-Technologie basiert. Mit dem Zweite Haut Schutz Pflaster bietet Beiersdorf eine Möglichkeit der professionelleren Versorgung von Alltagswunden zu Hause und klärt Verbraucher*innen gleichzeitig über Social Media, TV und an den Verkaufsstellen über die Vorteile auf.

Enno Martini, General Manager Global Healthcare bei Beiersdorf, betont die Bedeutung dieser Entwicklung: „Bei Beiersdorf stehen unsere Verbraucher*innen im Mittelpunkt all unseres Handelns. Mit dem neuen Zweite Haut Schutz-Pflaster ermöglichen wir nicht nur eine professionellere Wundversorgung für den Alltag, sondern klären unsere Verbraucher*innen auch über Wundheilung auf. Dieses Pflaster der nächsten Generation ist ein weiterer Meilenstein in unserer über 140-jährigen Geschichte, die Wundversorgung von Alltagswunden zu Hause auf ein neues Level zu heben.“

Fortschrittliche Technologie für Alltagswunden

„Wunden heilen am besten an der frischen Luft.“ – dieser Mythos hält sich seit Jahrzehnten hartnäckig und beeinflusst noch immer, wie Wunden im Privathaushalt versorgt werden. Studien zeigen jedoch: Zellen können unter feuchte Bedingungen leichter wachsen, sich teilen und bewegen, was die Regeneration des Gewebes erleichtert und fördert. Das neu entwickelte Hansaplast Zweite Haut Schutz-Pflaster bringt Krankenhaustechnologie direkt in die Hände von Verbraucher*innen: Durch die Hydrokolloid-Technologie wird Wundflüssigkeit absorbiert und eine Heilkapsel geformt, die ein feuchtes Wundheilungsmilieu schafft. Dies führt nicht nur zu einer schnelleren und qualitativ besseren Wundheilung, sondern reduziert auch das Risiko von Infektionen und der Bildung von Narbengewebe¹.

Edukative Kampagne zur Wundversorgung

¹ Nuutila K, Eriksson E. Moist Wound Healing with Commonly Available Dressings. Adv Wound Care (New Rochelle). 2021 Dec;10(12):685-698. doi: 10.1089/wound.2020.1232.

Kontakt

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

Im Rahmen der Markteinführung von Zweite Haut Schutz startet Beiersdorf eine umfassende edukative Kampagne. Ziel ist es, Konsument*innen über die Vorteile der feuchten Wundheilung und Hydrokolloid-Technologie aufzuklären sowie Mythen aus der Welt zu schaffen. Mit Formaten wie „Was bedeutet eigentlich fortschrittliche Wundheilung?“ und „Ask an Expert“ vermitteln Medfluencer*innen sowie Expert*innen von Beiersdorf auf Social Media Plattformen wie Instagram und TikTok Wissen rund um Wundversorgung und Wundheilung. Zusätzlich findet Aufklärung auch vor Ort an den Verkaufsstellen, wie beispielsweise in Apotheken, statt, um Verbraucher*innen direkt bei der Produktauswahl zu unterstützen.

Mehr als 140 Jahre Erfahrung in der Wundheilung

Im Jahr 1882 erhielt Paul Carl Beiersdorf das erste Patent für die Herstellung von gestrichenen Pflastern. Diese innovative „Guttapercha Pflastermulle“ ermöglichte es erstmals, verschiedene Medikamente auf die Haut zu bringen und über einen längeren Zeitraum wirken zu lassen. 1922 war es dann soweit: Pflaster mit Wundaufgaben wurden erstmals unter dem Namen Hansaplast verkauft. Seitdem wurden die Pionierprodukte ständig weiterentwickelt - von den ersten gebrauchsfertigen elastischen Wundverbänden (Hansaplast elastisch) im Jahr 1932 über die ersten wasserfesten Pflaster im Jahr 1953 bis hin zu den hypoallergenen Pflastern von 1968 und der Einführung von Sprühpflastern im Jahr 1976. Das Zweite Haut Schutz Pflaster ist nun erneut eine wichtige Weiterentwicklung in der Versorgung von alltäglichen Wunden.

Hansaplast Zweite Haut Schutz ist in Deutschland seit Januar in zwei unterschiedlichen Größen erhältlich.

Über Hansaplast

Seit über 100 Jahren verspricht der Name Hansaplast schnelle und wirksame Heilung. Und er hält, was er verspricht. Mit einer Vielzahl an Produkten verarztet, lindert und behebt Hansaplast aufgeschlagene Knie, Rückenschmerzen, Fußprobleme und viele weitere Beschwerden. In der Welt ist Hansaplast auch als Elastoplast und Curitas bekannt und genießt das Vertrauen von sehr vielen Menschen in Europa und darüber hinaus. Durch seine lange Erfahrung in der Wundversorgung hat sich Hansaplast zu einem zuverlässigen Partner entwickelt, der den besten Schutz für alltägliche Verletzungen bietet. Die Marke trägt dazu bei, Tränen in ein Lächeln und Sorgen in Erleichterung zu verwandeln, indem sie kontinuierlich bessere, sicherere und einfachere Wege für die Versorgung von Verletzungen findet. So hilft sie Menschen dabei, ihr Leben wieder in die Spur zu bringen. Die Relevanz dieser Arbeit spiegelt sich im Purpose der Marke wider: „Wir beschützen dich. Damit dich nichts aufhalten kann.“

Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit über 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. Namhafte Marken

Kontakt

Corporate Communications

Anke Schmidt

Tel.: +49 40 4909-2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com

wie Aquaphor, Coppertone, Chantecaille, Labello, 8x4, arix, Hidrofugal, Maestro oder Florena ergänzen unser breites Portfolio im Unternehmensbereich Consumer. 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 2023 einen Umsatz von 9,5 Mrd. Euro sowie ein betriebliches Ergebnis (EBIT) von 1,2 Mrd. Euro. Beiersdorf beschäftigt weltweit über 20.000 Mitarbeitende, die verbunden sind durch gemeinsame Werte, eine starke Unternehmenskultur, den Beiersdorf Purpose Care Beyond Skin sowie eine ambitionierte [Nachhaltigkeitsagenda](#). Mit dieser schafft Beiersdorf einen klaren Mehrwert für Verbraucher*innen, die Gesellschaft und die Umwelt.

* Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2022.



Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.de.

[LinkedIn](#)

[Instagram](#)

[YouTube](#)

Kontakt

Corporate Communications

Anke Schmidt

Tel.: +49 40 4909-2001

E-Mail: cc@beiersdorf.com