
Beiersdorf Chronik

- 28. März 1882** Als Gründungstag des Unternehmens durch den Apotheker Paul C. Beiersdorf gilt das Datum der Patenturkunde zur Herstellung medizinischer Pflaster. Auf der Grundlage dieses Patents stellt Paul C. Beiersdorf das Guttapercha Pflaster in seinem Laboratorium her.
- 1890** Der Apotheker und Geschäftsmann Dr. Oscar Troplowitz kauft das Unternehmen in Hamburg von dessen Gründer Paul C. Beiersdorf.
- 1893** Der erste internationale Kooperationsvertrag mit dem US-amerikanischen Handelshaus Lehn & Fink ermöglicht Geschäftsbeziehungen mit den USA.
- 1900** Der Emulgator Eucerit („das schöne Wachs“) wird zum Patent angemeldet. Er wird aus dem Wolf fett von Schafen gewonnen und ist die Grundlage von Eucerin und damit der späteren NIVEA Creme.
- 1909** Lippenpflege bekommt einen Namen: Der erste Lippenpflegestift in der Schiebehülse wird, abgeleitet von den lateinischen Wörtern labium = Lippe und bellum = schön, Labello genannt.
- 1911** Dr. Oscar Troplowitz entwickelt in enger Zusammenarbeit mit dem Chemiker Dr. Isaac Lifschütz und dem Dermatologen Prof. Dr. Paul G. Unna erstmals eine stabile Hautcreme auf Basis einer Wasser-in-Öl-Emulsion unter Verwendung des Emulgators Eucerit. Troplowitz gibt ihr den Namen NIVEA, abgeleitet von dem lateinischen Wort „nix, nivis“, das so viel wie „Schnee“ bedeutet.
- 1914** Das Unternehmen unterhält mittlerweile Geschäftsbeziehungen zu 34 Ländern. 42 Prozent des Umsatzes werden im Ausland erzielt.
- 1918/1922** Dr. Oscar Troplowitz und sein Mitgesellschafter Dr. Otto Hanns Mankiewicz sterben im Jahr 1918. Dies macht für Beiersdorf mehrere Änderungen der Rechtsform notwendig. Am 1. Juni 1922 wird schließlich die Aktiengesellschaft P. Beiersdorf & Co. AG gegründet.
- 1922** Hansaplast kommt auf den Markt und revolutioniert die Wundversorgung: Hansaplast ist das erste Pflaster mit einer Mullauflage und kann daher auch für die Versorgung offener Wunden eingesetzt werden.
- 1924/25** In Hamburg sind bereits über 500 Mitarbeiter beschäftigt. Um sich gesellschaftlichen Veränderungen in den 20er Jahren anzupassen wird beschlossen, das Markenimage von NIVEA von Grund auf umzugestalten. Die gelb-grüne Dose mit Jugendstilornamenten wird überarbeitet – der erste Fall eines heute Relaunch genannten Marketing-Konzeptes, bei dem nicht nur die Farbe und das Verpackungsdesign, sondern auch die Werbestrategie komplett verändert werden. Bei NIVEA spielen jetzt die Themen Freizeit, Sport und Natur eine bedeutende Rolle.

-
- 1925 Die bis heute charakteristische blau-weiße NIVEA Dose startet ihren Siegeszug.
- 1928 Die Beiersdorf-Aktie wird an der Hamburger Börse erstmals gehandelt. Weltweit bestehen bereits über 20 Produktionsstellen.
- 1932 Beiersdorf beschäftigt zum Zeitpunkt seines 50-jährigen Firmenjubiläums bereits über 1.400 Mitarbeiter. In den 30er Jahren werden zahlreiche neue Produkte wie Rasiercreme, Rasierseife oder Shampoo vertrieben.
- 1933 Unter dem Druck der Nationalsozialisten treten Vorstandsmitglieder jüdischen Glaubens, darunter der Vorsitzende des Vorstands, Dr. Willy Jacobsohn, zurück. Jacobsohn geht nach Amsterdam und führt von dort die ausländischen Tochtergesellschaften bis 1938, bevor er in die USA emigriert. Unter der Leitung von Carl Claussen gelingt es dem Beiersdorf Vorstand, das Unternehmen trotz großer Anfeindungen von Konkurrenten durch die Zeit des Nazi-Regimes zu führen.
- 1934 Elly Heuss-Knapp, nach dem Krieg durch die Ehe mit Bundespräsident Theodor Heuss die erste First Lady der neu gegründeten Bundesrepublik, entwickelt als freie Mitarbeiterin bedeutende Teile der Werbung für NIVEA, insbesondere die Kino- und Hörfunk-Werbung. Bis zum Ende des 2. Weltkrieges ist sie für Beiersdorf tätig.
- 1936 tesa wird als Dachmarke für Selbstklebe-Technologie eingeführt. Das erste innovative Produkt ist der transparente Klebefilm. Er wird später unter dem Namen tesafilm bekannt.
- 1939 – 1945 Elly Heuss-Knapp ist es zu verdanken, dass die Werbeaussagen für NIVEA weitgehend frei von nationalsozialistischer Ideologie bleiben. Stattdessen werden die Markenfarben Blau und Weiß konsequent eingesetzt. An dieser Tradition wird bei Beiersdorf bis heute festgehalten. Am Ende des 2. Weltkrieges sind die Produktionsstätten sowie die Verwaltungsgebäude in Hamburg zum größten Teil zerstört. Die meisten Beiersdorf-Tochtergesellschaften werden in jenen Ländern enteignet, mit denen sich Deutschland im Krieg befindet. Zudem verliert Beiersdorf in diesen Ländern auch die NIVEA Markenrechte. Schon bald nach dem Krieg beginnt Beiersdorf damit, die Markenrechte zurückzukaufen.
- 1949 Im Gründungsjahr der Bundesrepublik Deutschland erwirtschaftet Beiersdorf einen Umsatz in Höhe von 30 Millionen DM.
- 1951 Beiersdorf führt die erste desodorierende Seife ein, die gezielt das Wachstum schweißzersetzer Bakterien hemmt. Auf Basis der Bezeichnung des Wirkstoffs B32 entwickelt Juan Gregorio Claussen, langjähriger Werbeleiter bei Beiersdorf, den eingängigen Namen 8x4.
- 1963 Die NIVEA Milk wird eingeführt – die flüssige NIVEA Creme als Öl-in-Wasser Emulsion zur Pflege des ganzen Körpers.
-

-
- 1965** Beiersdorf erzielt bereits 33 Prozent des Umsatzes wieder im Ausland.
- 1972** Weltweit beschäftigt Beiersdorf bereits über 10.000 Mitarbeiter.
- 1974** Beiersdorf diversifiziert das Geschäft und führt die Spartenorganisation ein. Die Sparten sind cosmed, medical, pharma und tesa. Die Erben von Max Herz (Tchibo) übernehmen einen 25-prozentigen Anteil an Beiersdorf.
- 1978** Das Unternehmen erhält ein neues Firmenzeichen. Erstmals wird in einem Design Manual weltweit festgelegt, wie das Firmenzeichen, die Schrifttype und die Hausfarbe auszusehen haben.
- 1981** Der Umsatz durchbricht erstmals die Grenze von 2 Milliarden DM.
- 1989** Beiersdorf beginnt mit der Umsetzung einer strategischen Neuausrichtung: Die Konzentration auf die Kernkompetenzen Hautpflege, Wundversorgung und Klebetechnologie.
- 1990 – 1992** Die konzentrierte Ausweitung des NIVEA Sortiments zu einer großen Markenfamilie. Durch diese Ausdehnung auf neue Felder der Kosmetik, eine weltweite Vereinheitlichung der NIVEA Markenpolitik und die Rückgewinnung der noch fehlenden Markenrechte in Ländern wie z.B. Großbritannien, Kanada, Südafrika, Australien, Neuseeland und Israel steigt NIVEA im Zuge der verstärkten Globalisierung der Körperpflegemärkte zur größten Hautpflegemarke weltweit ¹ auf.
- 1997** Erst zu diesem Zeitpunkt ist der weltweite Rückkauf aller Markenrechte mit dem Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an der polnischen Gesellschaft Pollena-Lechia, heute NIVEA Polska, abgeschlossen.
- 1998** Wissenschaftler entdecken, dass sich der tesafilm als effizientes Medium zur Speicherung großer Datenmengen auf kleinstem Raum eignet. Die aus dieser Entdeckung entstandenen tesa ROM- und Holospot-Technologien bilden die Grundlage der tesa scribos GmbH, die Lösungen für den Produkt- und Markenschutz anbietet.
- 2001** Die tesa AG als 100%ige Beiersdorf Tochtergesellschaft wird gegründet. Sie kann auf diese Weise flexibler auf Konsumenten- und Industriekunden reagieren.
- 2002** Die Firma Florena aus dem sächsischen Waldheim wird eine 100%ige Beiersdorf-Tochtergesellschaft. Bereits vor der Grenzöffnung der DDR im Jahr 1989 gab es eine erste Zusammenarbeit in Form einer so genannten „Gestattungsproduktion“, die nach der Wende intensiviert wurde.
- 2003** Im Oktober nimmt ein lang anhaltender Übernahmekampf um das Allianz-Aktienpaket von Beiersdorf ein Ende. Die Tchibo Holding AG erhöht ihren Anteil von 30,3 auf zunächst 49,9 Prozent und wird damit größte Beiersdorf

¹ Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2016.

-
- Anteilseignerin. Dadurch kann eine Übernahme der Beiersdorf AG verhindert werden. Um Beiersdorf für Hamburg zu erhalten, übernimmt außerdem die Stadt Hamburg vorübergehend zehn Prozent der Anteile.
- 2004** Eröffnung des neuen Hautforschungszentrums in Hamburg, mit dem das weltweit erfolgreiche Kosmetikunternehmen Beiersdorf seine Innovationskraft erhöht.
- 2006** Eröffnung des weltweit ersten NIVEA Hauses in zentraler Lage mitten in der Hansestadt Hamburg (Jungfernstieg). Der Beiersdorf Umsatz überschreitet erstmals die Schwelle von 5 Milliarden Euro.
- 2007** Im Jahr des 125-jährigen Unternehmensjubiläums übernimmt Beiersdorf 85 Prozent der Anteile an C-BONS Hair Care, einem der führenden Unternehmen im chinesischen Haarpflegemarkt mit einem gut ausgebauten Vertriebsnetz in China.
- 2008** Im Dezember 2008 wird Beiersdorf in den wichtigsten deutschen Aktienindex, den DAX aufgenommen, in dem die 30 führenden börsennotierten Unternehmen Deutschlands gelistet sind.
- 2009** Eröffnung eines weiteren Nivea-Hauses in Berlin auf der Flaniermeile Unter den Linden.
- 2010** Basierend auf einer Nobelpreis-inspirierten Technologie bringt Beiersdorf im Januar die neue Feuchtigkeitspflege Eucerin AQUAporin ACTIVE auf den Markt.
- 2011** Happy Birthday NIVEA! Mit Feierlichkeiten auf der ganzen Welt und einer besonderen Jubiläums Werbekampagne feiert die NIVEA Creme ihren 100. Geburtstag. Darüber hinaus hat die Beiersdorf AG nach intensiver Forschungsarbeit zusammen mit Textil-Experten des renommierten Hohenstein International Textile Institut ein Deodorant entwickelt, das Verfärbungen vermindert: NIVEA Deodorant Invisible for Black & White, der erfolgreichste Deodorant-Launch in der Beiersdorf-Historie.
- 2012** Auf der Hauptversammlung der Beiersdorf AG am 26. April 2012 übernimmt Stefan F. Heidenreich den Vorstandsvorsitz von Thomas-B. Quaas.
- 2013** Beiersdorf übernimmt zum 1. Januar die restlichen 50% seiner türkischen Landesgesellschaft, EBC Eczacıbaşı-Beiersdorf Kozmetik Ürünler Sanayi ve Ticaret A.Ş. in Istanbul.
- NIVEA bekommt weltweit ein neues Design. Beiersdorf konsolidiert damit den gesamten Markenauftritt. Das neue Logo und die neue globale Design-Sprache werden zu Jahresbeginn erstmals an den Body-Flaschen sichtbar. Inspirationsquelle des puristischen und zugleich hochwertigen Designs ist ein Klassiker: die NIVEA Creme-Dose.

Genau 50 Jahre nach Einführung der ersten Bodylotion im Jahr 1963 leistet NIVEA body erneut Pionierarbeit: Die In-Dusch Serie ist die erste Bodylotion, die direkt unter der Dusche angewendet wird und somit ein echtes Novum im Hautpflegesegment.

Nach intensiver Forschungsarbeit bringt NIVEA das erste Deo auf den Markt, dass zuverlässigen Schutz vor stressbedingtem Schwitzen bietet: NIVEA Deodorant Stress Protect.

2014

Im Juli eröffnete Beiersdorf seine hochmoderne Fabrik in Silao, Mexiko. Gleichzeitig unterstreicht der Hamburger Kosmetikkonzern mit dem Neubau sein klares Bekenntnis zu ökologisch verantwortlichem Handeln. Mit dem Fokus auf Energieeffizienz und Ressourcenschonung wurden vom Baubeginn bis zur Fertigstellung alle Kriterien für die höchstmögliche LEED-Zertifizierung (Leadership in Energy and Environmental Design) in Platin berücksichtigt. Seit September 2014 ist das Werk offiziell LEED-zertifiziert.

Mit den NIVEA Q10plus Anti-Falten Serum Aktiv Perlen bringt Beiersdorf erneut eine Innovation im Bereich Face Care auf den Markt: Die spezielle Perlentechnologie ist damit erstmals für den Massenmarkt erhältlich und ermöglicht es, in einem hochwirksamen Antifalten-Serum innovative Q10plus Aktiv Perlen mit Hydrogel zu verschmelzen.

2015

Am 5. Mai wurde nach nur neun Monaten Bauzeit das neue Werk im indischen Sanand, rund 530 Kilometer nördlich von Mumbai im Bundesstaat Gujarat, feierlich eingeweiht. Dort werden v.a. kleinere Verpackungsgrößen für den indischen Markt produziert, um neue Käuferschichten anzusprechen. Für das erste modulare Werk von Beiersdorf wurden in Deutschland fertig montierte Mischer-Module, die das Herzstück einer Produktionsanlage darstellen, in Containern nach Indien verschifft und vor Ort in einem vorbereiteten Gebäude an Wasser und Strom angeschlossen.

2017

Gemeinsam mit Hamburgs Erstem Bürgermeister Olaf Scholz stellte CEO Stefan F. Heidenreich auf einer Pressekonferenz im Juni den geplanten Neubau der Konzernzentrale und die Erweiterung des Forschungszentrums am Heimatstandort in Hamburg-Eimsbüttel vor. Die Fertigstellung des Laborgebäudes ist für das Jahr 2020, die der Konzernzentrale für 2021 vorgesehen.

2017

Zwei Champions schließen sich im November zu einem globalen Team zusammen: NIVEA MEN, Weltmarktführer in der Männerpflege, und der weltberühmte Fußballverein Real Madrid C.F. rollen ihre Partnerschaft in über 70 Ländern aus.

Stand Februar 2018