

BDF ●●●●●

**Beiersdorf**

Passion for Skin & Beauty Care

**„Von einer kleinen Apotheke zu  
einem globalen Unternehmen“**





► Themen:

- „Von den Anfängen bis zur heutigen Zeit“
- Unternehmensstrategie
- Spartenorganisation



## ► Geschichtliche Daten:

- Gründung: 28.März 1882 in Hamburg durch Carl Paul Beiersdorf
- 1900 der erste Emulgator  
(Grundlage für die NIVEA Creme)



Raum, in dem gearbeitet wurde



- 1922 Willy Jacobsen übernimmt Vorstand
- 1936 Erster Tesafilm geht in den Verkauf
- 1945 Wiederaufbau des Unternehmens
- 1945 neue Produktentwicklungen:  
Eucerin, 8x4 Seife, Atrix Handcreme

1933



verteilte Flugblätter





- 70er: Einführung Spartenorganisation (cosmed, medical und pharma)
- 80er: NIVEA spezialisiert sich auf Haut und Körperpflege
- nach dem Mauerfall: Zusammenarbeit von Beiersdorf und Florena
- seit 2000: weltweit 21.000 Mitarbeiter
- Umsatz: 5.507 Mio. jährlich (Stand 2007)



## ► Unternehmensstrategie

- Markantes und einheitliches Markenbild bedeutet Erfolg



- Grün-gelbe Dose mit Rankenornamente (1911)

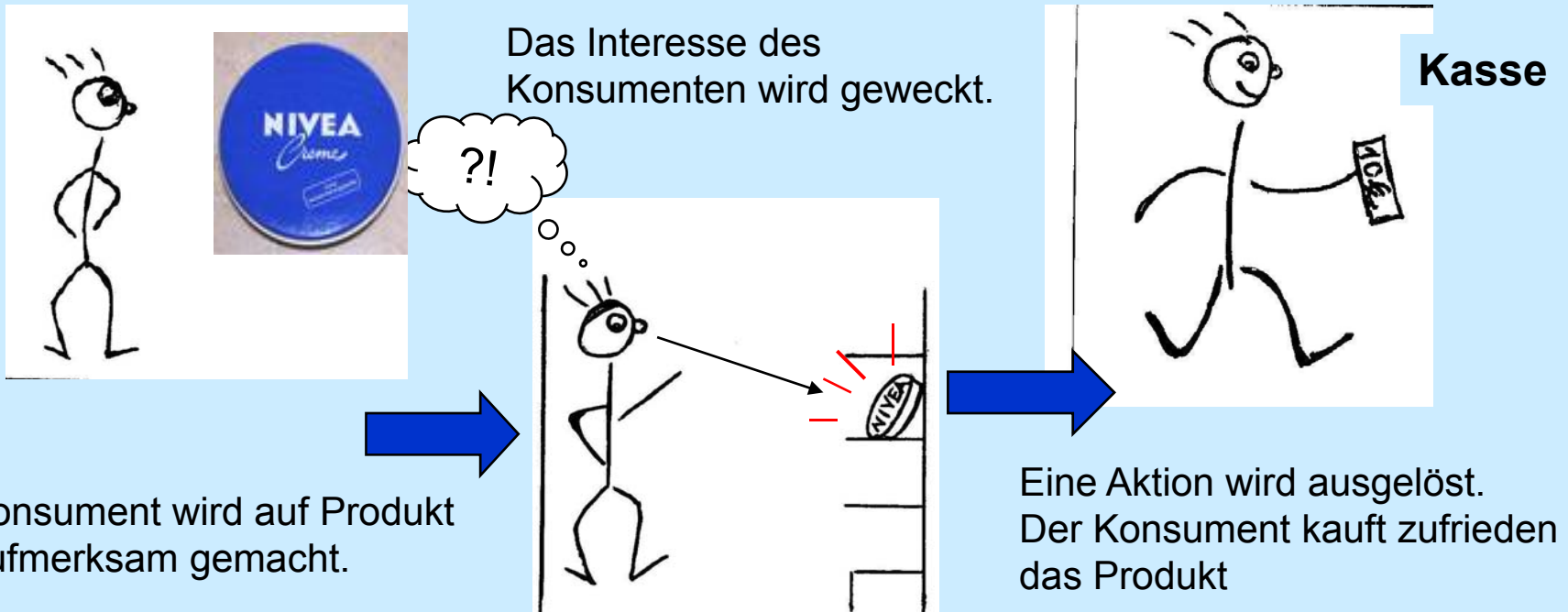


- Blau-weiße Dose von 1925 und ist heute noch aktuell





- Produktverkauf mit System







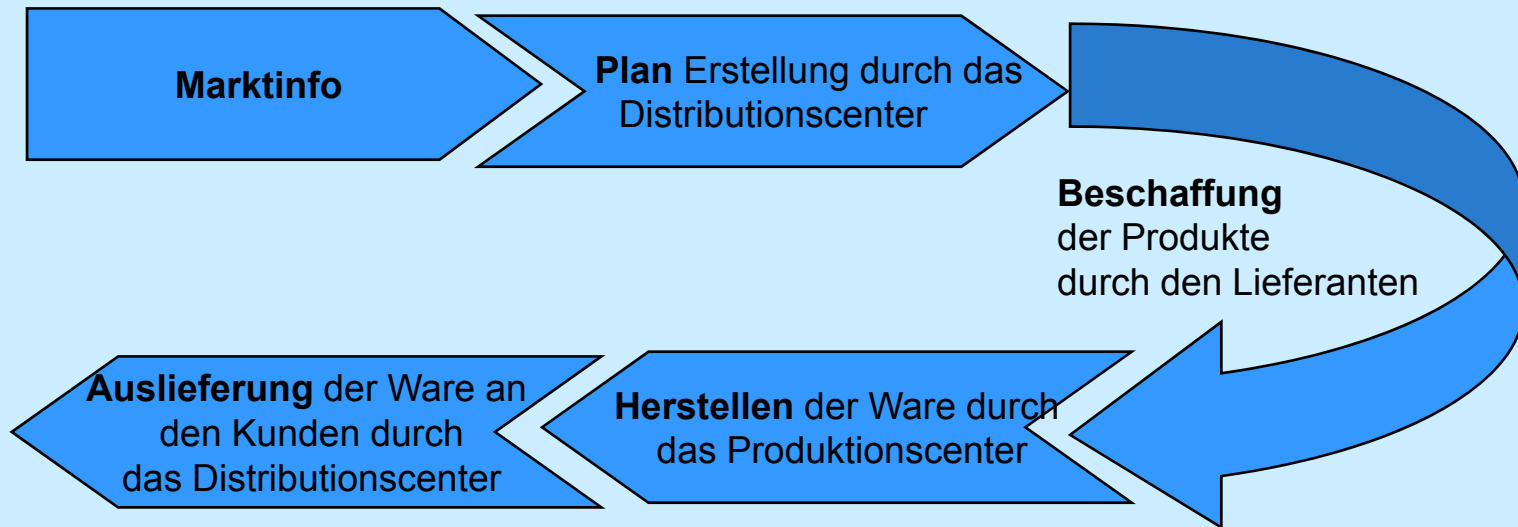
- gute Markensprüche

„Und geht das Leben immer weiter,  
steht auch die Erde manchmal Kopf, NIVEA  
ist ein ständiger Begleiter, mit und ohne Zopf.“

- prozessorientierte Lieferkette (Supply chain)



**Supply Chain** steht für Servicequalität, Produktqualität, niedrige Kosten und schnellere Produktbeschaffung





- **Spartenorganisation**

Haut- und Schönheitspflege:



Wundversorgung:







- **Fazit**

gelungenes Unternehmen

bedarfsorientiertes Arbeiten

zeitgemäßes Marketing



## Vielen Dank für eure Aufmerksamkeit

