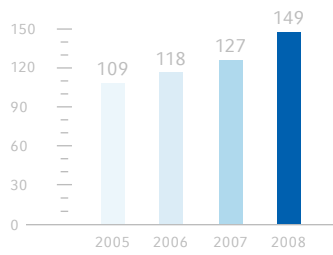


25 • AUFWAND FÜR F&E*

(in Mio. €)



*Forschung & Entwicklung.

Forschung und Entwicklung

Die langjährige Erfahrung im Bereich Forschung und Entwicklung bildet die Basis für den Erfolg unserer Produkte. In diesem Schlüsselbereich unseres Unternehmens werden richtungweisende Produktinnovationen von hervorragender Qualität und ausgezeichneter Verträglichkeit entwickelt. Beiersdorf setzt damit weltweit immer neue Trends im Markt für Haut- und Schönheitspflege. Bei tesa setzen wir zudem weltweit Maßstäbe im Bereich der modernen, selbstklebenden System- und Produktlösungen.

Im Berichtsjahr haben wir in unsere Forschung und Entwicklung insgesamt 149 Mio. € investiert und weltweit 926 Mitarbeiter beschäftigt.

Consumer: Innovative Haut- und Schönheitspflege

Durch das Erforschen der Haut, das Aufdecken von hauteigenen Wirkstoffen und die genaue Beobachtung, wie die Wirkstoffe in der Haut wirken, gelingt es uns, innovative sowie hochwirksame Produktformeln zu entwickeln, die weltweit erfolgreich sind. Ein großer Teil dieser Arbeit erfolgt dabei in unserem Hautforschungszentrum in Hamburg – mit über 450 Wissenschaftlern eines der größten und modernsten Forschungszentren in Deutschland und eines der bedeutendsten weltweit. Zu unseren Forschungsgebieten gehört die dermatologische Grundlagenforschung ebenso wie die Entwicklung neuer Produkte auf der Basis fundierter Kenntnisse über die Wünsche und Bedürfnisse unserer Verbraucher.

Unsere Forschung setzt ein umfassendes Instrumentarium modernster biotechnologischer Methoden ein, um die Wünsche der Verbraucher bezüglich wirkungsvoller kosmetischer Lösungen bestmöglich zu erfüllen. So konnten wir im Berichtsjahr bei der Gesichtspflege mittels biotechnologisch hergestellter Pflanzenpeptide ein neues, wirksames Hautstraffungsprinzip entwickeln und in unserer Gesichtspflegeserie NIVEA VISAGE Expert Lift für Frauen ab 50 auf den Markt bringen. Die Produkte erzielten bemerkenswerte Resultate in Anti-Aging-Studien. Neben unserer traditionell starken Hautforschung haben wir auch im Bereich Haarpflege ein hervorragendes Ergebnis erzielt. Unsere langjährigen Forschungsarbeiten auf dem Gebiet des zellulären Energiestoffwechsels zeigten, dass eine Kombination von Kreatin und Carnitin das Haarwachstum stimuliert. Das darauf basierende Produkt NIVEA FOR MEN Hair Recharge ist seit Herbst 2008 im Handel. Daneben konnten wir eine Reihe weiterer, bedeutender Innovationen in den Markt einführen. Unsere hohe Innovationsrate spiegelte sich 2008 in 100 Produkt-Neuentwicklungen, die Innovationsqualität in 87 Patentanmeldungen wider. Zu den erfolgreichsten Neuheiten zählen:

- **NIVEA Hair Care Diamond Gloss Serie:** Die innovative Pflegeserie für längeres Haar ist angereichert mit Diamantpartikeln sowie Calla-Extrakt, verleiht dem Haar Diamantglanz und macht es spürbar geschmeidiger.
- **NIVEA DEODORANT Double Effect:** Das Deo bietet eine Kombination aus Transpirantschutz und Schönheitspflege. Der hohe Anteil an Avocado-Extrakt macht Haut und Achselhaare weicher und unterstützt so eine gründlichere Rasur – der Achselbereich bleibt länger glatt.
- **NIVEA body My Silhouette:** Das Figurpflege-Gel strafft und glättet die Haut und verleiht ihr mehr Elastizität. Die Formel mit den hochwirksamen Inhaltsstoffen weißer Tee und Anis-Extrakt bewirkt bereits nach vier Wochen sicht- und messbare Ergebnisse.



Beiersdorf.de/
Forschung



siehe
Grafik 25

- **NIVEA FOR MEN Extreme Comfort After Shave Balsam und Shaving Gel:** Beide Pflegeprodukte wurden entwickelt für Männer, die bei der Rasur ein Maximum an Hautpflege ohne Hautirritationen wünschen. Sie wirken entzündungshemmend und lindern Mikroverletzungen der Haut.
- **Eucerin DermoDENSIFYER:** Die Anti-Aging-Innovation für Frauen ab 55 erneuert und verdichtet die Hautzellen, indem sie die Bildung von neuem Collagen stimuliert. Die Serie umfasst eine Tages- und Nachtcreme sowie eine Augen- und Lippenkonturpflege.

Im Forschungszentrum der La Prairie Gruppe in Zürich (Schweiz) erfolgt die Forschung für unsere selektiven Marken La Prairie, JUVENA, Marlies Möller und SBT Skin Biology Therapy. Die Neustrukturierung wurde 2008 erfolgreich fortgesetzt, die Entwicklung für Formeln und Verpackung gebündelt, um Synergieeffekte optimal zu nutzen. Zudem wurden Sicherheitsüberwachung und Qualitätsmanagement ausgeweitet und steuern nun aktiv die Registrierungsprozesse weltweit. Die bedeutendsten Innovationen 2008 waren hier:

- **La Prairie Advanced Marine Biology Collection:** Bei der Gesichtspflegeserie für jüngere Verbraucher wird eine exklusive und umweltfreundliche Aquakulturtechnik eingesetzt, um natürliche Wirkstoffe zu erhalten, die den Alterungsprozess der Haut verzögern.
- **La Prairie Anti-Aging Longevity Serum und Anti-Aging Stress Cream:** Diese beiden Produkte erweitern die La Prairie Anti-Aging Collection und machen sich pflanzliche Wirkstoffe zu Nutze, die einen spürbaren Einfluss auf die Qualität der Haut haben und helfen, das jugendliche Erscheinungsbild länger zu erhalten.

2008 wurden rund 6.000 kosmetische Formulierungen auf Verträglichkeit, Wirksamkeit und sensorische Eigenschaften geprüft. Die Tests erfolgten sowohl im Beiersdorf eigenen Probandenzentrum im Hamburger Forschungszentrum (900 Studien, 27.000 Probandeneinsätze) als auch bei 50 externen Testinstituten weltweit (ca. 950 Studien, 30.000 Probandeneinsätze). Durch den direkten Dialog mit den Probanden erhalten wir zudem Hinweise auf spezifische Verbraucherwünsche, die bei der Produktoptimierung hilfreich sind.

Beiersdorf führt mit kosmetischen Produkten keine Tierversuche durch. Bei der Entwicklung entsprechender „In vitro“-Alternativen – auch zusammen mit anderen internationalen Kosmetikherstellern und Fachgremien – gehören wir seit 20 Jahren zu den führenden und in besonderem Maße anerkannten forschenden Unternehmen weltweit. Ein weiterer Erfolgsfaktor von Beiersdorf Produkten weltweit ist die intensive Beschäftigung mit den Besonderheiten regionaler Märkte. Seit 2005 verfügen wir über ein Asien-Labor, in dem Pflegeprodukte für die Bedürfnisse asiatischer Verbraucher und die Anforderungen dortiger klimatischer Verhältnisse entwickelt werden. 2007 wurde zusätzlich ein LATAM-Labor eingerichtet, in dem die Produktentwicklung für Brasilien und andere lateinamerikanische Länder erfolgt. Die Forschung und Entwicklung für unsere chinesischen Haarpflege- und Stylingmarken erfolgt lokal. Den rasanten Wissenszuwachs und die Tatsache, dass Know-how heute global gestreut zu finden ist, bildet die Forschung und Entwicklung mit einem breiten Spektrum von „Open-Innovation“-Aktivitäten ab. Diese Aktivitäten repräsentieren die unterschiedlichen Formen der Zusammenarbeit mit den verschiedensten externen Partnern und Experten weltweit. In den vergangenen Jahren hat unsere Forschung und Entwicklung ein effizientes Netzwerk von Kooperationspartnern und Experten etabliert.

Im Jahr 2008 konnten wir die Anzahl unserer Kooperationen mit Lieferanten, Universitäten und Forschungsinstituten erneut steigern auf nun insgesamt 550 Partner. Auf der Basis dieses Netzwerks erzielten wir im Berichtsjahr unter anderem folgende Ergebnisse: Die Initiative „Project House“ dient der Intensivierung unserer Zusammenarbeit mit ausgewählten Partnern unter einem Dach. So arbeiten seit Januar 2008 Mitarbeiter von zwei großen Parfümherstellern in unserem Forschungszentrum mit unseren Entwicklungslabors Hand in Hand. Darüber hinaus wirken seit Oktober 2008 in einem eigens dafür eingerichteten „Incubation Lab“ Mitarbeiter großer forschender Firmen mit unseren Wissenschaftlern zusammen und lösen gemeinsam Fragen der Formulierung von Beauty-Produkten.

Der Erfolg dieser Aktivitäten wurde im Herbst 2008 durch das Fraunhofer-Institut IPT gewürdigt. Von den über 600 untersuchten europäischen Unternehmen wurde die Forschung und Entwicklung von Beiersdorf als einziges Konsumgüterunternehmen mit dem Preis „Best Practice im Technologiemanagement“ prämiert.

tesa: Innovative selbstklebende Produkte und Systemlösungen

Die Entwicklung und Optimierung umweltfreundlicher, lösemittelfreier Klebmassen und Beschichtungsverfahren stehen weiter im Fokus. Für anspruchsvolle Anwendungen beim konstruktiven Verkleben mit hoch scherfesten Verbindungen haben wir innovative Produkte entwickelt, die etablierten lösemittelbasierten Systemen in nichts nachstehen und oft sogar überlegen sind.

Im Berichtsjahr haben wir an einer Reihe von Innovationen für unterschiedlichste Branchen gearbeitet: Für die Automobilindustrie entwickelten wir neue, lösemittelfreie Produkte zum Bündeln und Fixieren von Kabeln, die den Kabelbaum zugleich vor Hitze einwirkung schützen. Bei Abdeckbändern für den Lackier- und Reparaturbereich haben wir die Entwicklung eines lösemittelfreien Verfahrens zur Herstellung hochtemperaturbeständiger Produkte abgeschlossen. Für die Elektronikindustrie arbeiteten wir weiter an neuen Klebesystemen zur Montage gedruckter, flexibler elektrischer Schaltkreise für Laptops, Mobiltelefone und Digitalkameras. Erste Produkte sind hitzeaktivierbare, sehr stark klebende, doppelseitige Klebebänder, die den extremen Belastungen bei Lötprozessen standhalten. Für die schnelle, saubere und stabile Montage der Gehäuse, Fenster und Bedienflächen entwickeln wir neue, sehr dünne Schaumstoffklebebänder mit besonders hoher Klebekraft. Zur Erweiterung unseres erfolgreichen Sortiments der Splicing-Klebebänder für die Endlosverklebung von Papierrollen in der Druck- und Papierindustrie haben wir neue Produkte entwickelt, die auch bei Papieren mit sensibler Oberfläche höchste Verklebungssicherheit bieten. Den Schwerpunkt unserer Entwicklungsarbeit für den Aufbau des neuen Fokusmarkts Medizintechnik bildeten Beschichtungen und Verfahren zur Herstellung sehr dünner, funktioneller Schichten. Damit lassen sich neuartige Produkte zur Fertigung diagnostischer Teststreifen entwickeln, die über die Verklebung und Verstärkung hinaus auch die Führung von Testflüssigkeiten übernehmen. Im Endverbrauchergeschäft entwickelten wir eine neue, stabilere und leichter montierbare Rahmenkonstruktion für das Fliegengittersortiment aus Aluminium, darunter auch eine automatisch schließende Variante.