

Beiersdorf

CHRONICLE

01



**Wie gründet
man einen
Weltkonzern?**

Ein Start-up im 19. Jahrhundert

Am Anfang war die Idee

Von Innovationen, Mut und dem Willen zum Erfolg

Ein Unternehmen wie Beiersdorf lebt von guten Ideen. Von Innovationen. Ohne neue Produkte, Verbesserungen im Produktionsprozess oder überraschende Marketingkonzepte wäre unser Unternehmen nicht zu dem geworden, was es heute ist. Neue Ideen zu verfolgen bedeutet aber auch, sich auf unbekanntes Terrain vorzuwagen, sich flexibel den jeweiligen Gegebenheiten anzupassen – und dabei den einen oder anderen Misserfolg zu verkraften. Hartnäckigkeit und der Wille zum Erfolg sind die Zutaten, die aus einer guten Idee ein erfolgreiches Unternehmen werden lassen.

Paul C. Beiersdorf hatte die Fähigkeit, aus einer Idee etwas Größeres zu machen. Auch wenn er es nicht selbst war, der das Unternehmen zu großer Blüte brachte – das blieb seinem Nachfolger vorbehalten. Ihm gelang es, innerhalb von zehn Jahren die entscheidenden Weichen zu stellen und damit die Basis für den späteren Erfolg zu legen.

Heute braucht ein Start-up eine innovative Geschäftsidee, die richtigen Kontakte und schnelles Wachstum, um am Markt zu bestehen. Das war im späten 19. Jahrhundert nicht wesentlich anders. Die Innovation, die Paul C. Beiersdorf im Jahr 1882 dem Markt vorstellte, waren die Guttapercha-Pflaster – ein revolutionärer Fortschritt in der Behandlung von Hautkrankheiten. 1890 waren 11 Mitarbeiter für das kleine Unternehmen tätig; damit war das Wachstum zunächst überschaubar. Viel wichtiger für den späteren Erfolg waren aber die wachsende Bekanntheit seines Produkts über die Grenzen hinweg und der Kontakt zu einem der berühmtesten Ärzte seiner Zeit: Paul Gerson Unna. Auch wenn das Leben von Paul C. Beiersdorf von vielen Rückschlägen gezeichnet war und tragisch endete – mit den Guttapercha-Pflastern schuf er die Keimzelle des heutigen Weltkonzerns Beiersdorf.

Königreich Bayern.

POSTKARTE.

An *P. Beiersdorf*

in *Hamburg
Mühlstraße 22*



POSTALE UNIVERSELLE
BELGIQUE
CARTE POSTALE
POSTKAART

*Beiersdorf
Pharmacie
Wohlradallee
Altona*

P. BEIERSDORF DEUTSCHE REICHSPOST.
Laboratorium
dermato-therapeutischer
Präparate
ALTONA WOLLE'S ALLEE 40
POSTKARTE.

*Herrn P. Beiersdorf
Wohlradallee 40*

BRIEFKAART



UNIONE POSTALE UNIVERSALE
CARTOLINA ITALIANA PER L'ESTERO
CENTESIMI DIECI



*Al Signor P. Beiersdorf
40 Wohlradallee
Altona
Germania*

THE INTERNATIONAL PHARMACEUTICAL ASSOCIATION

CARTOLINA POSTALE
DIECI CENTESIMI



*Al Signor
P. Beiersdorf
Laboratorio Dermato-therapeutico
Wohlradallee
Altona*

N.B. Su questo lato non deve scriversi che il solo indirizzo.

Königreich Württemberg.
Postkarte.

*Herrn Dr. Beiersdorf
P. Beiersdorf
Hamburg
Ahlensb. 88*



Herrn P. Beiersdorf in Altona

Bitte mir per Post senden zu wollen
Salbenmulle 2 Seiten
2 Rollen à 1 d. et. Praecipitat weiss
2. — à 1 — Bleipflaster
2. — à 1 — Zinkoxyd Benzwe 10%
2. — à 1 — 10 Thymol 8%
2. — à 1 — Epater Sealing Enttaperung pflastermulle
3 abwarten Vorhaltung voll

*Utrecht
30-9-84*

W. Harting Prank
1850
1295
555
1850
1295
555



Die erste Dekade von Beiersdorf

Neue Ideen, mutige Entscheidungen, große Erfolge und persönliche Rückschläge prägten die ersten Jahre des Unternehmens Beiersdorf von 1880 bis 1890. In nur wenigen Jahren schuf der Apotheker Paul C. Beiersdorf die Basis für ein florierendes Geschäft und gründete das Unternehmen, das bis heute seinen Namen trägt.

Text: Thorsten Finke

>> Der Apotheker Paul C. Beiersdorf war ein kurzentschlossener Mann. Im Herbst 1880 erwarb er von einem südamerikanischen Berufskollegen, den es wieder zurück in die Neue Welt zog, eine Apotheke an der Mühlenstraße bei der St.-Michaelis-Kirche in Hamburg. Das Geschäft ging schnell über die Bühne. Besondere Nachforschungen zur Rentabilität der Apotheke stellte der damals 44-jährige Beiersdorf nicht an – er verließ sich auf die Ausführungen des Kollegen, der ihm gute Geschäfte in dieser dicht besiedelten Gegend nahe dem Hamburger Hafen in Aussicht stellte.

Ein holpriger Start

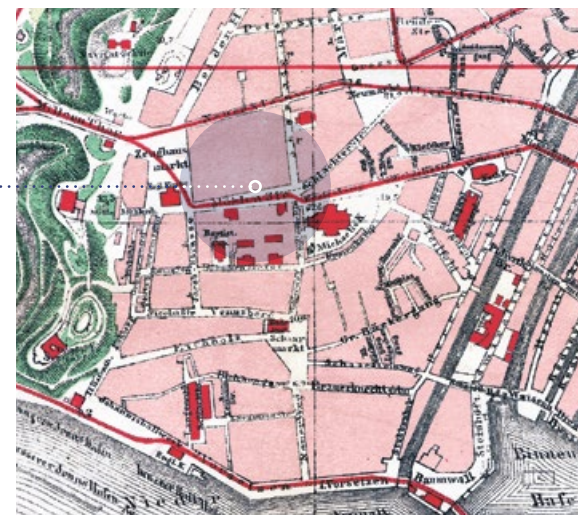
Schon nach kurzer Zeit machte sich jedoch Ernüchterung breit: Der Vorgänger war bei den umliegenden Ärzten nicht sonderlich anerkannt gewesen. Seine durch südamerikanische Gepflogenheiten geprägte Art der Geschäftsführung hatte ihm kein Vertrauen eingebracht, sodass die Ärzte ihre Patienten nicht in



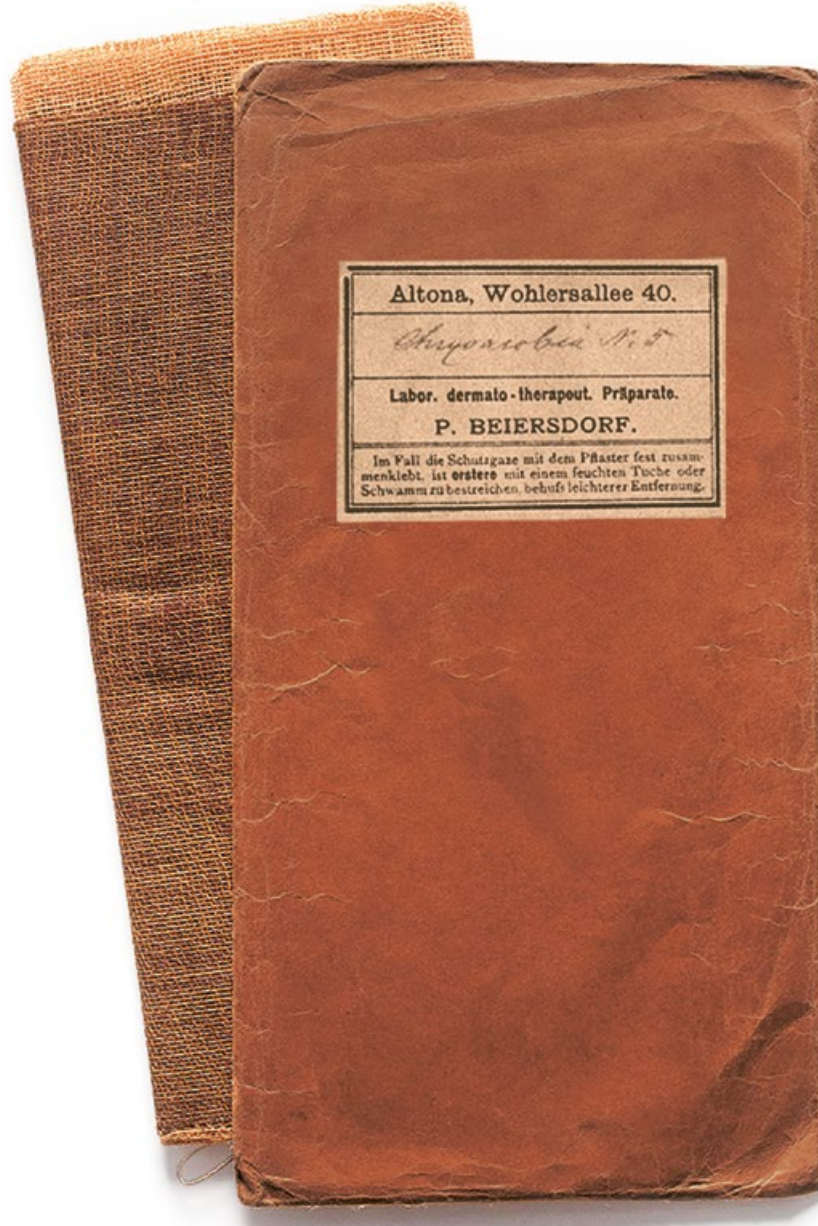
Mühlenstraße 22

die Mühlenstraße, sondern zu den anderen Apotheken in der Umgebung geschickt hatten. Auch nach dem Inhaberwechsel änderte sich das zunächst nicht. Für Paul C. Beiersdorf lief das Geschäft schlecht. Seine tägliche Kundschaft konnte der erfahrene Apotheker an einer Hand abzählen. Der Neuanfang in Hamburg, in den er so viel Hoffnung gesteckt hatte, war missglückt.

Doch Aufgeben war keine Option für Beiersdorf – schließlich steckte all sein Vermögen in diesem neuen Geschäft. Er war ein hervorragender Pharmazeut und ▶



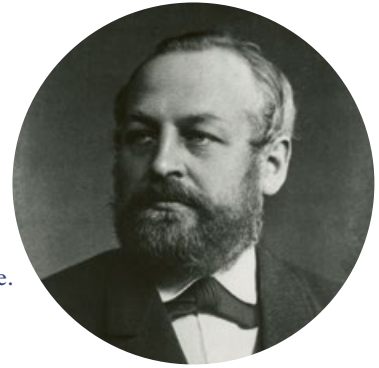
Die Apotheke an der Mühlenstraße 22 nahe der Michaeliskirche, dem Wahrzeichen Hamburgs, übernahm Beiersdorf im Herbst 1880. Die Gegend am Hafen war zwar dicht besiedelt, aber eher einkommensschwach.



Die ersten Guttapercha-Pflaster verkaufte Beiersdorf in Papiertüten und Blechdosen. Die Etiketten waren anfangs noch von Hand beschriftet.

HINTERGRUND

Bevor Beiersdorf nach Hamburg kam ...



- | | | | |
|--|--|--|--|
| <p>1836
Paul Carl Beiersdorf wird am 26. März 1836 in Neuruppin in Brandenburg geboren, wo er auch seine Kindheit und Jugend verbringt.</p> | <p>Berlin, dann übernimmt er die Leitung einer Galvanisieranstalt, einer sogenannten Neusilberfabrik, in Moskau. Dort lernt er seine spätere Frau kennen.</p> | <p>später kommt die Tochter Emmy Hedwig Louise zur Welt, von 1874 bis 1887 folgen drei Söhne.</p> | |
| <p>1853
Der junge Paul verlässt nach der 11. Klasse das Gymnasium und absolviert eine Apothekerlehre.</p> | <p>1864
Beiersdorf ist wieder in Berlin. Er wird Mitinhaber der Firma Schmidt & Haensch, die optische Instrumente – vor allem Polarisations- und Spektral-Apparate – herstellt. Dort erwirbt er auch seine umfassenden physikalischen Kenntnisse.</p> | <p>1874
Nach knapp 10 Jahren gibt Beiersdorf seine Stellung bei Schmidt & Haensch aus unbekanntem Gründen auf. Mit dem Erwerb einer Apotheke in Bärwalde im Kreis Königsberg-Neumark wendet er sich 1874 wieder der Pharmazie zu und verlässt Berlin.</p> | <p>nach Grünberg in Schlesien. Auch dort kauft er eine Apotheke – und wiederum bleibt er nicht lange. 1879 verkauft er die Löwenapotheke in Grünberg.</p> |
| <p>1860
Beiersdorf studiert an der Universität Berlin Pharmazie und besteht 1860 das Staatsexamen.</p> | <p>1871
Heirat mit der in Moskau geborenen Antonie Maria Mauß. Knapp ein Jahr</p> | <p>1877
Nach nur zwei Jahren gibt er diese Apotheke auf und zieht mit seiner Familie</p> | <p>1880
Beiersdorf antwortet auf die Verkaufsannonce für eine Apotheke an der Hamburger Mühlenstraße. Wieder beginnt ein neues Kapitel in seinem Leben.</p> |

Forscher, der viel herumgekommen war. Nach seiner Ausbildung zum Apotheker war er Leiter einer Galvanisieranstalt in Moskau und später Mitinhaber einer Apparatebaufirma in Berlin gewesen. Doch auch im Apothekengeschäft hatte er Erfahrung: Vor seinem Umzug nach Hamburg hatte er zwei Apotheken, in Bärwalde und in Grünberg in Schlesien, geführt. Diese Erfahrung konnte er sich in den folgenden Jahren zunutze machen.

Nachdem der Versuch, die Apotheke an einen verkehrsgünstigeren Ort zu verlegen, gescheitert war, begann Beiersdorf, die Ärzte aus der Umgebung direkt anzusprechen. Im Rahmen seiner vorherigen Tätigkeiten hatte er umfangreiche physikalische Kenntnisse erworben, mit denen er nun das Wesen seines Geschäfts verändern wollte. Mit dem Angebot physiologischer und

nahrungsmitteltechnischer Untersuchungen gelang es ihm, das Interesse der Mediziner zu wecken. Mehrmals pro Woche verließ er sein Laboratorium, um sich bei den Ärzten in Altona und Hamburg vorzustellen und ihnen seine Dienste anzubieten. Durch diese damals eher ungewöhnliche Maßnahme bekam er neue Aufträge, seine Fähigkeiten sprachen sich herum und sein Kundenkreis vergrößerte sich rasch. Der ehemals schlechte Ruf der Apotheke in der Mühlenstraße war bald vergessen.

Eine Begegnung mit Zukunft

Unter den vielen neuen Kunden, denen Paul C. Beiersdorf auf seiner Werbetour begegnete, war auch der Hamburger Dermatologe Paul Gerson Unna. Der ▶



Der 1850 geborene Paul Gerson Unna war einer der angesehensten Dermatologen der Welt. 1881 eröffnete er in Hamburg die erste Klinik für Hautkranke in Deutschland.

bekannte Arzt suchte nach neuen, wirkungsvolleren Anwendungsformen für Arzneien, um Hautkrankheiten zu behandeln. Er hatte bereits selbst versucht, einen geeigneten Träger für seine Arzneistoffe zu finden, war jedoch immer wieder gescheitert. Die herkömmlichen Salbenmulle waren zu instabil und rutschig. Die Pflaster, die damals benutzt wurden, mussten allesamt erwärmt werden, um ihre Klebekraft zu entfalten. Diese Erwärmung führte aber meist dazu, dass die empfindlichen Arzneimittel auf dem Pflaster wirkungslos wurden. Was Unna suchte, war ein Stoff, der längere Zeit auf der Haut haftete, aber keine Verbindung mit der Arznei einging – kurz: eine stabile Wundauflage, die gleichzeitig nach außen hin schützte.

Beiersdorf machte sich an die Arbeit und probierte diverse Möglichkeiten aus. Den Lösungsansatz für das Problem fand er schließlich, als er eine Mullbinde mit Guttaperchasaft bestrich, einem harzhaltigen, kautschukähnlichen Pflanzensaft. Es waren noch einige Um- und Irrwege nötig, bis er die richtige Mischung gefunden hatte und das Pflaster alle gewünschten Eigenschaften aufwies. In der Folge entwickelte er in seinem kleinen Laboratorium über 50 mit Medikamenten versetzte Pflastermulle. Für das neuartige Verfahren erhielt er am 28. März 1882 vom Kaiserlichen Patentamt in Berlin das „Patent zur Herstellung von gestrichenen Pflastern“.

HINTERGRUND

Die Produkte der Ära Paul C. Beiersdorf

In dem knappen Jahrzehnt, in dem Beiersdorf mit Paul Gerson Unna zusammenarbeitet, entstehen neben dem Guttapercha-Pflaster noch einige andere Produkte wie Salbenstifte, Pastenstifte und medizinische Seifen. In der Preisliste aus dem Jahr 1890, dem letzten Jahr unter der Führung von Paul C. Beiersdorf, finden sich bereits über 100 Produkte. Keines davon aber erlangt eine solche Bedeutung wie die 1882 entwickelten gestrichenen Guttapercha-Pflaster und deren Nachfolgeprodukte.

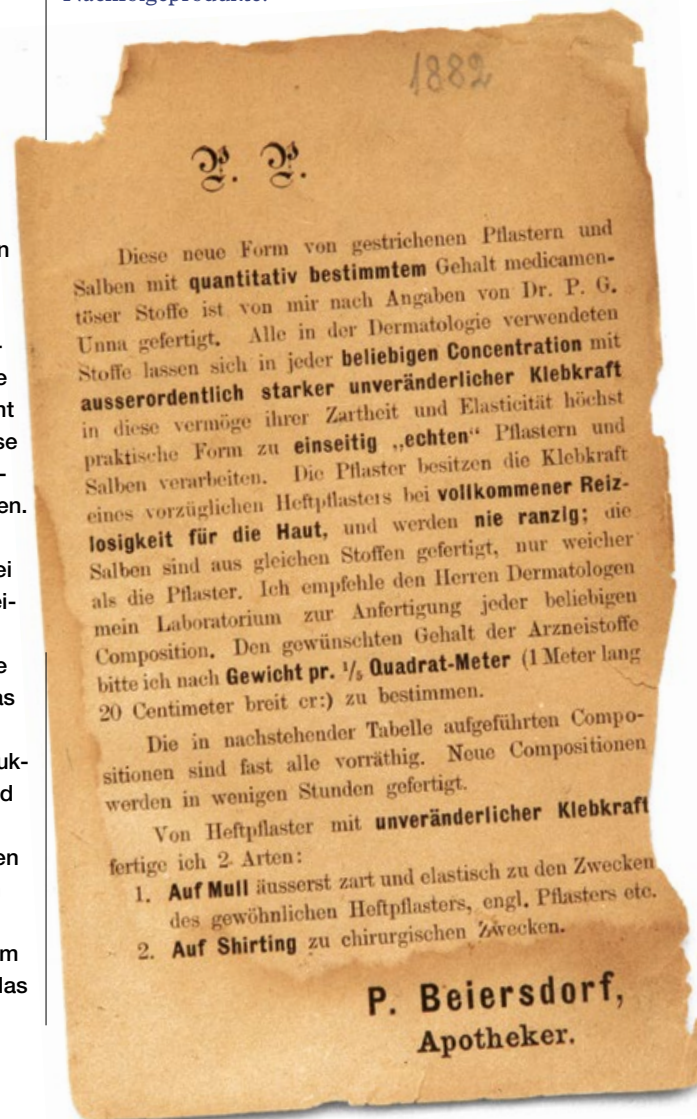


TABELLE.		Arzneistoffe.		Quantität in Procent.	Preis in Mark.	Preis in Schilling.
1.	Arsenige Säure	2	28	2	28	
2.	Borsäure	10	40	2	25	
3.	Borsäure	20	55	2	50	
4.	Carbolsäure	5	25	2	25	
5.	Chrysophansäure	10	45	3	25	
6.	Chrysophansäure	2	18	2	20	
7.	Pyrogallussäure	10	42	4	4	
8.	Pyrogallussäure Salzsaures Morphinum	10	35	4	25	
9.	Salicylsäure	25	50	4	4	
10.	Salicylsäure	10	38	2	50	
11.	Jodoform	10	50	2	25	
12.	Jodoform Salzsaures Morphinum	5	30	3	50	
13.	Jodoform Salzsaures Morphinum	10	40	4	50	
14.	Jodoform Belladonnaextract	5	9	4	4	
15.	Quecksilber	20	65	2	50	
16.	Quecksilber Carbolsäure	20	58	2	50	
17.	Quecksilber Zinkoxyd	20	35	20	35	3
18.	Quecksilber Arsenige Säure	10	33,3	10	33,3	3
19.	Quecksilber Arsenige Säure	5	35	1	7	2
20.	Quecksilber Arsenige Säure	5	20	5	20	1
	Kreosot	5	20	5	20	1
	Salzsaures Morphinum	1	4	1	4	1
21.	Quecksilber Arsenige Säure	5	12,5	10	25	6
	Salzsaures Morphinum	5	12,5	5	12,5	6
	Kreosot	5	12,5	5	12,5	6
22.	Quecksilber Arsenige Säure	5	12,5	10	25,0	3
	Theer	5	12,5	5	12,5	3
	Carbolsäure	5	12,5	5	12,5	3
23.	Quecksilber Arsenige Säure	10	16,5	20	33,0	10
	Salzsaures Morphinum	10	16,5	5	8,25	10
	Kreosot	5	8,25	5	8,25	10
24.	Zinkoxyd	10	40	20	55	2
25.	Zinkoxyd	20	55	20	50	2
26.	Zinkoxyd Salzsaures Morphinum	20	50	3	7,5	4
27.	Zinkoxyd Theer	10	35	5	17,5	2
28.	Zinkoxyd Carbolsäure	10	28	5	14	2

Übersicht über die Guttapercha-Pflaster in der ersten Preisliste von 1882.

Dieses Dokument mit der Nummer 20057 gilt als die „Geburtsurkunde“ des Unternehmens Beiersdorf (siehe auch Seite 16/17).

Neustart in Altona

Mit Beiersdorfs selbstklebenden Pflastern ließen sich endlich genau standardisierte Mengen Arzneistoff unverändert auf der Haut befestigen. Sie waren von Anfang an ein großer Erfolg und wurden von Unna und anderen Ärzten in zahlreichen Vorträgen propagiert. Beiersdorf ging ganz in seinem neuen Arbeitsfeld auf.

Von der Apotheke in der Mühlenstraße trennte er sich im Juni 1883. Mit seiner Familie zog er von Hamburg ins benachbarte Altona, wo er sein „Laboratorium dermatotherapeutischer Präparate“ eröffnete.

Bei der Auswahl der neuen Immobilie hatte Beiersdorf allerdings kein besonders gutes Gespür. Die gemieteten Räumlichkeiten in einem Wohnhaus in der Wohlers Allee waren klein und für ein Laboratorium nicht gut geeignet. Weil selbst die einfachsten Apparate fehlten, mussten alle Arbeitsschritte von Hand erledigt werden.





Trotz dieser eher schlechten Bedingungen stieg die Nachfrage nach den Beiersdorf'schen Pflastern kontinuierlich. Paul Gerson Unna veröffentlichte Artikel in dermatologischen Fachzeitschriften, über die auch Apotheker und Ärzte aus dem Ausland auf die neuartigen Pflaster aufmerksam wurden.

Schon bald landeten die ersten Bestellungen aus den Niederlanden, aus Belgien und Italien in Beiersdorfs Kontor, und die Geschäfte liefen immer besser. Der Apotheker intensivierte die Zusammenarbeit mit Paul Gerson Unna und stellte neue Mitarbeiter ein. Bis zum Ende der 1880er-Jahre waren bereits 11 Arbeiter und Angestellte mit Produktion und Verwaltung beschäftigt.

Schicksalhafte Wendung

Da die Räume in der Wohlers Allee dem wachsenden Geschäft nicht gerecht wurden, plante Beiersdorf für 1890 einen erneuten Umzug. Ein dänischer Bauunter-

nehmer stellte ihm ein Laboratorium in der Oelkersallee in Aussicht, das nach seinen Wünschen gebaut werden könne. Beiersdorf schlug ein, ohne zu wissen, dass es sich beim Bauträger um einen unseriösen Spekulanten handelte, der Immobilien in billigster Bauweise errichtete und sie dann mit langfristigen Verträgen an Leichtgläubige vermietete.



Oelkersallee 32

HINTERGRUND

Die letzten Jahre von Paul C. Beiersdorf

Nach dem Verkauf seines Unternehmens richtet sich Beiersdorf in seinem Haus ein kleines Privatlabor ein, in dem er weiterhin neue Präparate entwickelt. 1893 erhält er ein Patent für das „Verfahren zur Herstellung schweißaufsaugender Einlegesohlen“, das Troplowitz später erwirbt. Finanziell geht es Paul Beiersdorf jedoch nicht gut. Bei seinen Geldanlagen hat er wenig Glück, und der Erlös aus dem Verkauf seines Laboratoriums ist bald aufgebraucht. Mehrmals beantragt er vergeblich eine Konzession für eine neue Apotheke. Als wieder eine Absage der Behörde eingeht, reist Beiersdorf nach Berlin, um sein Anliegen persönlich vorzutragen. Am 17. Dezember 1896 hat er einen Termin beim Geheimen Obermedicinalrat Dr. Pistor im Kultusministerium Unter den Linden. Als auch dieser Termin erfolglos verläuft, nimmt Beiersdorf noch im Ministerium Gift ein und stirbt auf der Stelle. So endet das Leben des Mannes, der die Grundlagen für das moderne Heftpflaster legte und der bis heute im Namen der Beiersdorf AG weiterlebt.

Tatsächlich sollte Beiersdorf nicht mehr in das von ihm geplante Gebäude einziehen. Der Grund dafür lag jedoch nicht in der schlechten Bausubstanz und der unzureichenden Aufteilung der Räumlichkeiten. Vielmehr hielt ein Schicksalsschlag den damals 54-jährigen Apotheker von geschäftlichen Veränderungen ab.

Carl Albert, Beiersdorfs zweites Kind, war Schüler des Hamburger Christianeums, einer angesehenen Lehranstalt in Altona. Am 29. März 1890 erfuhr der 16-Jährige, dass er nicht in die nächste Klasse versetzt werden würde – ein Schock für ihn. Er ging nach Hause, nahm die Pistole seines Vaters und erschoss sich auf einer Bank vor dem elterlichen Haus.

Paul Beiersdorf war vom Tod seines Sohnes so erschüttert, dass er in eine schwere Depression verfiel und sich wochenlang nicht in seinem Betrieb sehen ließ. Er brachte nicht mehr die Kraft auf, sich auf seine Arbeit zu konzentrieren, und beschloss, sein Unternehmen zu verkaufen.

Ein neuer Inhaber

Auf sein Inserat in der Pharmazeutischen Zeitung meldeten sich drei Interessenten. Einer davon war der 27-jährige schlesische Apotheker Dr. Oscar Troplowitz. Nach einigen Briefen und einem Besuch in Altona wurden sich die beiden Männer einig: Beiersdorf verkaufte sein Laboratorium einschließlich des Pflasterpatents für 70.000 Mark. Die Übergabe erfolgte in zwei Stufen. Am 1. Juli 1890 trat Dr. Troplowitz als Teilhaber in das Geschäft ein, das ab diesem Zeitpunkt als P. Beiersdorf & Co. firmierte. Am 1. Oktober desselben Jahres wurde Troplowitz Alleininhaber.

Die Übernahme des kleinen Laboratoriums im Jahr 1890 markiert den Beginn des zweiten Abschnitts der Beiersdorf-Geschichte: Nur zwei Jahre später errichtete Troplowitz ein neues Fabrikationsgebäude in Hamburg-Eimsbüttel und knüpfte Kontakte nach Übersee, um seine Produkte auf der ganzen Welt zu verkaufen. Ein neuer Anfang. <<

„Berlin, 17. December. Heute Nachmittag 5 Uhr verstarb in Folge Vergiftung im Dienstgebäude des Cultusministeriums der Apotheker Paul B. aus Altona. Zerrüttete Vermögensverhältnisse dürften die Ursache des Selbstmordes gewesen sein.“

Altonaer Nachrichten vom 18.12.1896, Nr. 297, Morgen-Ausgabe, S. 3

Eine patente Lösung

Das Patent zur Herstellung von gestrichenen Pflastern gilt als Geburtsurkunde der Firma Beiersdorf.

Mit dem neuartigen Guttapercha-Pflaster verändert sich die Behandlung verletzter Hautpartien grundlegend. Das von Beiersdorf entwickelte Verfahren macht es erstmals möglich, verschiedene Arzneistoffe auf die Haut aufzubringen und dort über längere Zeit wirken zu lassen. Zuvor konnten kranke Hautpartien nur durch Salben behandelt werden, diese waren jedoch sehr flüchtig und erzielten keine nachhaltige Wirkung. Pflaster gab es bereits, jedoch waren sie in der Regel nicht selbstklebend und mussten vor der Anwendung erhitzt werden, was wiederum die Wirksamkeit der Salben einschränkte. Zudem reizten die Klebstoffe, die oft aus Wachsen und Harzen bestanden, die Haut. Beiersdorf löst dieses Problem durch die Verwendung von Kautschuk, der in einer indifferenten Pflastermasse aufgelöst ist. Durch das wasserundurchlässige Guttapercha lässt sich eine Tiefenwirkung erzielen, die durch bloßes Auftragen von Salben und Cremes nicht zu erreichen ist. Zudem passt sich das Guttapercha durch die Körperwärme der Hautoberfläche an.

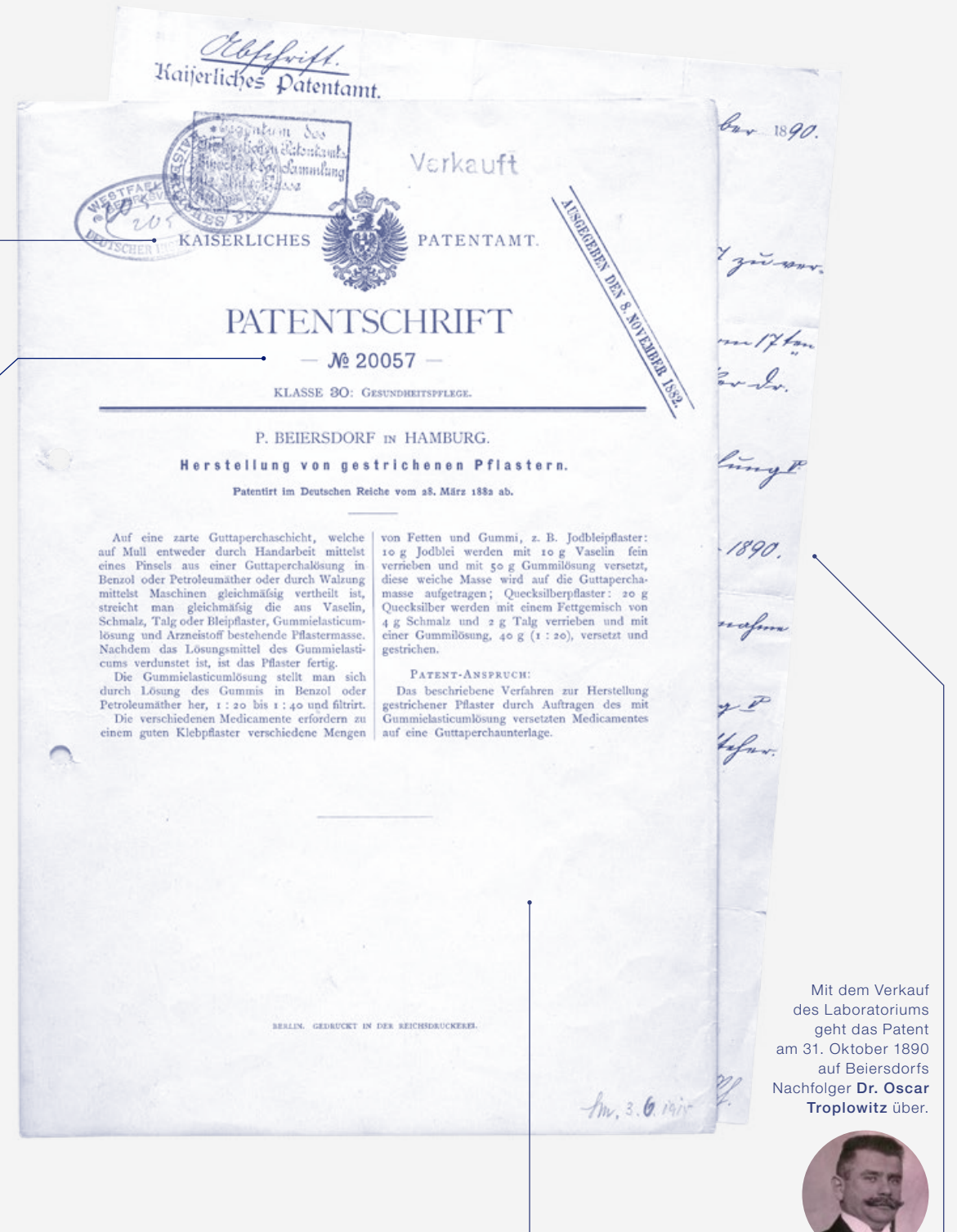


Das Kaiserliche Patentamt eröffnet am 1. Juli 1877 in Berlin. Bereits einen Tag nach der Eröffnung wird das erste deutsche Patent für ein „Verfahren zur Herstellung einer rothen Ultramarinfarbe“ erteilt. Bis heute wurden in Deutschland über 600.000 Patentrekordurkunden ausgestellt.

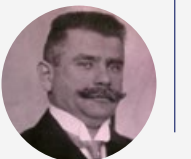


Das Patent mit der Nummer 20057 zur „Herstellung von gestrichenen Pflastern“ vom 28. März 1882 ist die „Geburtsurkunde“ der Firma Beiersdorf.

Aus Beiersdorfs Pflaster entwickelt sich im Laufe der Jahre das moderne Heftpflaster, das ab 1901 als **Leukoplast** und seit 1922 mit integrierter Wundauflage als **Hansaplast** von Beiersdorf produziert wird.



Mit dem Verkauf des Laboratoriums geht das Patent am 31. Oktober 1890 auf Beiersdorfs Nachfolger **Dr. Oscar Tropolowitz** über.



In einer Apotheke fing alles an

Es gibt Orte, die sich offenbar besonders gut dafür eignen, Erfolg versprechende Geschäftsideen mit Leben zu füllen. Ab den 1970er-Jahren waren einige Garagen solche magischen Orte – weit früher ging die Inspiration häufig von Apotheken aus. Das gilt nicht nur für Beiersdorf. Viele Ideen, Firmengründungen und Geistesblitze, aus denen sich große Konzerne entwickelten, hatten ihren Ursprung zwischen Salbentiegeln, Mörsern und medizinischen Nachschlagewerken. Vier Beispiele.

01



01 Coca-Cola

Atlanta 1886: In Jacob's Pharmacy braut der Apotheker John S. Pemberton eine Tinktur aus Coca-Blättern, Kola-Nüssen, ätherischen Ölen und Wein, die er „French Wine Coca“ tauft. Der Erfolg beginnt, als er eine weitere Variante ohne Alkohol herstellt. 1887 erhält Pemberton ein Patent für sein neuartiges Getränk: Das ist die Geburtsstunde von Coca-Cola. Heute ist die braune Brause das bekannteste Erfrischungsgetränk der Welt – jeden Tag verkauft der Konzern etwa 1,9 Milliarden Einheiten.

02 Dr. Oetker

Eine kleine Apotheke in Bielefeld ist die Keimzelle eines der bekanntesten international tätigen deutschen Familienkonzerne. Dort mischt August Oetker 1891 sein erstes Backpulver und gibt ihm den Namen „Backin“. Das junge Unternehmen expandiert schnell und eröffnet 1908 die erste Auslandsgesellschaft. Heute ist die Oetker-Gruppe nicht nur im Nahrungsmittelgeschäft aktiv, sondern auch in der Schifffahrt, im Bankgeschäft und in der Hotelbranche. Und Backin gehört bis heute zu den bekanntesten deutschen Markenartikeln.

03 Fresenius

Am 1. Oktober 1912 gründet der Apotheker Dr. Eduard Fresenius in Frankfurt das Pharmazieunternehmen Dr. E. Fresenius. Das Laboratorium der Hirsch-Apotheke, die bereits seit dem 19. Jahrhundert im Besitz der Familie Fresenius ist, wird zu einem kleinen Produktionsbetrieb, der vor allem Infusionslösungen und Arzneimittel herstellt. Das Unternehmen entwickelt sich zu einem international tätigen Gesundheitskonzern.

04 Nestlé

Dem Schweizer Apothekergehilfen deutscher Herkunft Henri Nestlé gelingt es 1867, ein lösliches Milchpulver herzustellen, das Säuglingen als Muttermilchersatz gegeben werden kann. Innerhalb von sieben Jahren verkauft er 1,6 Millionen Dosen „Kindermehl“ auf allen Kontinenten. Heute ist Nestlé der größte Nahrungsmittelkonzern der Welt.

02



04



03



IMPRESSUM

Herausgeber:
Beiersdorf AG
Corporate Communications
Corporate & Brand History
Unnastraße 48
20245 Hamburg

cc@beiersdorf.com

Redaktion und Text:
Thorsten Finke

Konzept und Kreation:
Factor Design, Hamburg

Druck:
Beisner Druck GmbH & Co. KG, Buchholz i. d. N.

Bildnachweis:
Hamburger Fotoarchiv (Seite 9), Hamburg & Altona 1884, Wilhelm Beneke / Verlag Otto Meissner (Seite 9), Picture Alliance (Seite 16), Coca-Cola (Seite 18), Dr. August Oetker KG (Seite 18), Archives Historiques Nestlé, Vevey (Seite 18), Fresenius (Seite 18). Alle weiteren Motive: Beiersdorf AG, Corporate & Brand History Archive

Illustrationen:
Gregory Gilbert-Lodge, Zürich

© 2015 Beiersdorf AG, Hamburg
Alle Rechte vorbehalten

