



FRAUENPOWER IN DER FORSCHUNG FÜR INNOVATIVE PRODUKTE – DAS IST NIVEA

Im Gespräch mit Dr. Dorothea Schweiger

Habt ihr euch auch schon diese Fragen gestellt? „**Wie entdeckt man einen Wirkstoff?**“ oder „**Wie kommt der Wirkstoff in ein Produkt?**“

Wir haben mit Dr. Dorothea Schweiger aus unserer Forschung gesprochen. Die Antworten auf unsere Fragen sprühten vor Begeisterung für die Hautforschung, waren vollgepackt mit fachlichen Informationen. Der Weg eines neuen Wirkstoffs bis hin zum Produkt kann sehr unterschiedlich sein – abhängig vom Startpunkt, dem Vorwissen und den Erfordernissen, ob grundlegende Ursachenforschung zu bestimmten Hautproblemen oder die Optimierung einer existenten Produktlinie mit neuem Wirkstoff. Dieser Weg kann von ca. 2 Jahren bis hin zu mehr als 10 Jahren dauern. Am Beispiel unseres Superstars, der ganz neu herausgebrachten NIVEA CELLULAR Expert Lift Serie mit dem Wirkstoff Bakuchiol, wollen wir diesen Weg aufzeigen.



Proband im Fokus (PiF): Ende Januar hat NIVEA in der CELLULAR Expert Lift Serie einen neuen innovativen Wirkstoff der Anti-Aging Hautpflege herausgebracht. Uns würde nun interessieren, was dahinter steckt, um auf so ein innovatives Produkt zu kommen? Wie fing es an?

Dr. Dorothea Schweiger (DS): In diesem Fall sind wir von dem bei Anti-Aging-Produkten hochwirksamen Wirkstoff und dem derzeitigen Goldstandard Retinol ausgegangen. Wir wollten seine funktionelle Wirkung auf die Hautalterung nachahmen. Dabei war es uns sehr wichtig, den NIVEA Qualitätsstandards treu zu bleiben. Das bedeutet, wir wollten die tollen und bewährten Eigenschaften der bestehenden CELLULAR Anti-Age-Pflegeserie auf ein neues Level bringen, indem wir sie mit einem multifunktionalen Wirkstoff anreichern, der der Hautalterung vielschichtig und effektiv entgegenwirkt. Bakuchiol wirkt ähnlich wie Retinol, fördert beispielsweise in Zellen rasch die Kollagenbildung und steigert deren Aktivität. Darüber hinaus konnten wir sogar noch zusätzliche Anti-Aging-Wirksamkeiten finden, wie antioxidative Eigenschaften oder die Steigerung der epidermalen Regeneration.

PiF: Wie geht man auf die Suche nach einem neuen Wirkstoff: Macht man eine Literaturrecherche oder probiert man es im Reagenzglas aus?

DS: Sowohl als auch. Im Falle von Bakuchiol nahmen wir wissenschaftliche Literatur zu Hilfe, stellten interne Überlegungen an, nahmen Informationen von Lieferanten in Augenschein und untersuchten andere, dem Retinol ähnliche Wirkstoffstrukturen im Kontext der Hautalterung.

PiF: Wie misst man die Wirkung eines Wirkstoffs?

DS: Die Wirksamkeit eines Wirkstoffs lässt sich auf verschiedenen Ebenen überprüfen. Wir nutzen dafür zellfreie Tests oder so genannte In-vitro-Tests an beispielsweise Hautzellen, oder wir testen an Hautmodellen. Danach kann man schon ganz gut das Potenzial eines Wirkstoffs einschätzen. Die Ergebnisse aus den Labortests untersuchen wir dann natürlich auch direkt in vivo, also in Probandenstudien. Hier prüfen wir sowohl die Wirksamkeit als auch die Verträglichkeit des Wirkstoffs und der Formel. Vorab wird jedoch immer nach den kosmetischen Richtlinien die maximale Sicherheit der Anwendung gewährleistet.



PiF: Fangen wir also bei den Bedürfnissen unserer Produktanwender*innen an und gehen konkret auf die Suche nach einem Wirkstoff gegen Falten bzw. Zeichen der Hautalterung?

DS: Unsere Konsument*innen stehen für uns immer im Mittelpunkt unseres Handelns. Es geht maßgeblich darum, dass wir für ihre Bedürfnisse sowie die spezifischen Anforderungen ihrer Haut eine bestmögliche Lösung bieten. Gleichzeitig verfolgen wir auch futuristische und hoch innovative Lösungen, die der Verbraucher so noch gar nicht kennt.

PiF: Bis zu welchem Punkt gehört der Wirkstoff der Forschung und ab wann geht er über in die Produktentwicklung?

DS: In der Forschung sind wir die Speerspitze der Innovation. Zur Lösung verschiedenster Hautanforderungen identifizieren wir neue Wirkstoffe und untersuchen dann auch deren Wirksamkeit in Laborexperimenten sowie in ersten Vorstudien an Proband*innen. Wir arbeiten aber schon sehr früh eng mit anderen Bereichen zusammen. Für die Probandenstudien benötigen wir erste Formeln, welche wir von der Produktentwicklung erhalten. Diese werden dort maßgeschneidert entwickelt, um den jeweiligen Wirkstoff bestmöglich wirksam zu integrieren und die kosmetischen Formulierungen optimal auf die Konsument*innenbedürfnisse abzustimmen. Das Probandenzentrum unterstützt uns bei der Organisation und Durchführung der Probandenstudien. Neben der Wirksamkeit hat natürlich die Sicherheit unserer Produkte höchste Priorität: Dafür arbeiten wir eng mit unserer internen Toxikologie-Abteilung und den Sicherheitsberatern zusammen.

PiF: Wie lange dauerte der Prozess im Falle von Bakuchiol?

DS: In diesem Fall ging es mit insgesamt 2,5 Jahren sehr schnell, da wir auf wissenschaftliche Vorkenntnisse zurückgreifen konnten, viele Arbeiten parallel initiiert wurden – in eigenen Studien konnten wir beispielsweise den Kollagen-Boost nach 4 Stunden nachweisen – und bereichsübergreifend eng zusammengearbeitet wurde. So einen Erfolg erreicht man nur als Team!

PiF: Herzlichen Dank Dorothea für die äußerst spannenden Einblicke in die Forschung!

Um das Produkt im Markt und damit in den Regalen zu platzieren, braucht es weitere helfende Hände, wie das Marketing. Im Rahmen einer Produktneuentwicklung beginnen Marketingaktivitäten nicht erst, wenn das Produkt fertig entwickelt ist, sie laufen parallel zu der Produktentwicklung. Eine Frage, die das Marketing beantworten muss, ist beispielsweise: Wie soll ein Produkt wirken, was soll es also können? Diese Idee wird über Konsumentenstudien und Marktforschung abgefragt. Das Marketing entscheidet dabei auch über die Zielgruppe. Sobald das Produktkonzept eine Zustimmung von Konsument*innen hat, wird die entsprechende Formel entwickelt. Die Produktclaims (Produktversprechen), die die Produktwirkung definieren, werden über zahlreiche Wirksamkeitsstudien bestätigt. Und hier kommt ihr als Proband*innen ins Spiel. Währenddessen entwickelt die Marketingabteilung gemeinsam mit der Produktentwicklung den ganzen Marketingmix, u.a. Design, Claims, Kommunikation. Danach kann das endgültige Produkt in die Regale kommen:

Die neue Anti-Age-Hautpflege Serie CELLULAR Expert Lift von NIVEA wirkt mit purem Bakuchiol und 2 Arten von Hyaluronsäure effektiv gegen die Anzeichen älter werdender Haut. Tests an Hautzellen zeigen, dass Bakuchiol die aktive Kollagenproduktion in nur 4 Stunden anregt. Die Formel erhöht die Festigkeit und Spannkraft der Haut, um die Gesichtskonturen neu zu definieren. Die beiden Hyaluronsäuren speichern Wasser und sorgen so dafür, dass die Hautoberfläche geglättet wird und polstern andererseits die Haut von innen auf. In der Kombination ein super Trio gegen Zeichen älter werdender Haut!



Beiersdorf Probandenzentrum
Tropowitzstraße 17
22529 Hamburg
Telefon: +49 40 4909 5600
<https://probandenzentrum.beiersdorf.de>
E-Mail: probanden@beiersdorf.com
Instagram und Facebook: [hh_probanden](#)

Impressum (Stand 04/2022):

Beiersdorf AG
Unnastraße 48
20245 Hamburg
Tel: +49 40 4909 0

Vorstand: Vorstand: Vincent Warnery (Vorsitzender),
Oswald Barckhahn, Astrid Hermann, Thomas Ingelfinger,
Zhengrog Liu, Grita Loeb sack, Ramon A. Mirt,
Patrick Rasquinet
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Prof. Dr. Reinhard Pöllath

Gedruckt auf 100 % recyceltem Papier.

Register und Registernummer:
Registergericht Hamburg, HRB 1787

Umsatzsteueridentifikationsnummer:
DE 118 513 961

Informationen zur Datenverarbeitung befinden sich in der Datenschutzerklärung (Abschnitt Kontaktaufnahme/Kommunikation/Zusammenarbeit) auf www.beiersdorf.de