



# 10 JAHRE NEWSLETTER – EIN BLICK ZURÜCK

Mit Beginn des neuen Jahres möchten wir euch auf eine Reise von Veränderung und Wandel mitnehmen. Dazu werfen wir einen Blick zurück. Unser Newsletter hat sich im Laufe der vergangenen 10 Jahre deutlich verändert – nicht nur der Name, die Inhalte, auch das Layout haben sich in der Zwischenzeit sichtbar gewandelt. Die Reise beginnt ...

## Unser Newsletter im Wandel der Zeit.

Unsere Ausgaben vor 10 Jahren – damals noch „**Proband aktuell**“: Es gab viele neue Informationen, die wir über unseren Newsletter an euch weitergegeben haben.

2014



### Umfassende Aktualisierung notwendig

Dr. Thomas Hillmann (Volunteer Management) erklärt, warum in den kommenden Wochen die Eignungskriterien aller Probanden neu erfasst werden müssen

**Hier Hillmann, alle Beiersdorf Probanden werden in den kommenden Wochen zu einem besonderen Termin eingeladen. Worum handelt es sich dabei?**

Wir erheben derzeit die Eignungskriterien aller Probanden neu. Wir haben in unseren Datenbanken je diverse Kriterien erfasst, nach denen wir zu unseren Studien erheben; zum Beispiel Augenfarbe, Tränenläche oder Oculi.

**Und die Daten sind nicht mehr auf dem neuesten Stand?**

Wir haben in den letzten Jahren festgelegt, dass von manchen Probanden Daten fehlen oder veraltet sind. Deswegen werden von jedem Probanden ungefähr 30 Kriterien neu erhoben, damit alle Daten wieder umfassend und aktuell vorhanden sind.

**Wie viele Probanden wird das betreffen?**

Insgesamt umfasst unsere Probanden-Datenbank rund 12.000 Menschen, aber wir werden nur jene neu bewerten, die für Studien zu uns im Haus kommen. Das sind immerhin auch knapp 6.000 Frauen und Männer.

**Wie lange gibt es diese Datenbanken?**

Etwa 20 Jahre, deswegen sind die Daten auch zum Teil veraltet. Außerdem sind in den letzten Jahren diverse neue Studien hinzugekommen. Für die wir zusätzliche Auswahlkriterien benötigen.

**Wie wird das Ganze konkret ablaufen?**

Die Probanden bekommen einen Anruf von unserem Call-Center. Es wird dann ein Termin vereinbart, der ungefähr eine Stunde dauert.

**Werden bei allen Probanden die gleichen Kriterien erhoben?**

Nein, wir haben Gruppen gebildet, die zum Beispiel das Alter der Probanden berücksichtigen. Bei jüngeren Probanden brauchen wir keine Falten-Skalen zu erheben, denn wir laden 25-Jährige nicht zu Studien für Anti-Aging- oder Augenbrenn-Produkte ein. Es gibt auch unterschiedliche Kriterien für Männer und Frauen.

**Handelt es sich bei diesem Termin um eine reine Befragung?**

Nein, die Probanden werden von drei geschulten Kooperatorinnen auch in Augenschein genommen. Dabei werden unterschiedliche Studienmerkmale betrachtet und zum Beispiel die Oberlippe, auf Cellulite bewertet. Darauf müssen sich die Probanden einstellen, aber das ist ein normaler Bestandteil der Studie.

**Sie werden in den kommenden Wochen die Befragung und in Augenschein der Probanden durchführen. Wie wird das ablaufen?**

Wir werden in den kommenden Wochen die Befragung und in Augenschein der Probanden durchführen. Wie wird das ablaufen? Wir werden in den kommenden Wochen die Befragung und in Augenschein der Probanden durchführen. Wie wird das ablaufen?



Können Probanden einzelne Befragungen ablehnen?

Ja, natürlich, aber dann können wir hier nicht Proband sein, denn die Datenhebung ist Grundvoraussetzung dafür.

**Die Befragung wird anhand von Skalen vorgenommen ...**

Ja, es werden Werte erfasst, die uns später darüber Aufschluss geben, wie stark bei einem Probanden Falten, Tränenläche, Augenringe, Stirngrenze und ähnliche Merkmale ausgeprägt sind. Anhand dieser Kriterien können wir dann künftig noch genauer zu Studien erheben.

**Die Neufassung wird sich sicher eine Weile hinziehen?**

Ja, wir werden etwa Ende März 2015 fertig sein. Wir bestellen ungefähr 300 Probanden pro Woche an die Augenbanken direkt in unsere Datenbank.

**Das ist ein immenser organisatorischer Aufwand ...**

Ja, deswegen bitten wir die Probanden auch eindringlich, pünktlich zu erscheinen, denn sonst geraten die Termine völlig durcheinander.

**Hat ein Nichterscheinen Konsequenzen?**

Ja, unentschuldigtes Fehlen führt zum Ausschluss aus der Probandendatenbank. Wer entschuldigend fehlt, wird noch einmal geladen. Übrigens gibt es für diesen Termin keine Aufwandserstattung, aber Fahrtgeld und hochwertige NIVEA Produkte.



**Im Jahr 2018** haben wir den Namen verändert – unser Newsletter hieß von nun an „**Proband im Fokus**“: Mit dem neuen Namen haben wir die Themen mehr zu euren Themen gemacht. Wichtig war uns dabei, euren Anteil an der Entwicklung unserer innovativen Kosmetikprodukte herauszustellen und euch dies zu kommunizieren. Wir verstehen das als Dankeschön für eure Mitarbeit – ohne euch könnten wir unsere innovativen Produkte nicht weiterentwickeln oder immer wieder neue Kosmetikprodukte entwickeln.

2018



2022

Im Jahr 2022 erschien „**PROBAND IM FOKUS**“ im neuen Layout: Das Layout ist klarer, mehr NIVEA-like. Wir stellen hier bereits Programme vor, die das Zeitalter der Digitalisierung einläuten.



2023

Schließlich beginnt das Jahr 2023 mit einem neuen Namen und ganz neuem Layout – „**innerCircle**“: Hintergrund ist, dass wir den bisher verwendeten Begriff Proband nicht mehr nutzen. Studienteilnehmer\*in ist aussagekräftiger und trifft es besser. Damit erfährt nicht nur der Name des Newsletters ein Re-Newing, sondern auch unser Probandenzentrum hat sich namentlich in Study Center erneuert.



In den folgenden Ausgaben unseres Newsletters **innerCircle** begleiten wir für und mit euch den Sprung in das digitale Zeitalter im Study Center – geprägt von Veränderungen, die gleichzeitig menschliche & technische Herausforderungen mit sich bringen.

Die Reise in das digitale Zeitalter hat also längst begonnen und ihr seid ein wichtiger Reisebegleiter! Wir entführen euch in die Entwicklung des Study Centers und geben euch Einblicke in einen spannenden Prozess – unsere und eure Abläufe im Study Center unterliegen kontinuierlichen Veränderungen. Bei uns heißt dieser Prozess hin zu mehr Digitalisierung „digital testing“.

Wir zeigen euch in einer Folge von Ausgaben auch relevante neue Prozesse wie beispielsweise die Registrierung als Studienteilnehmer\*in über unsere Website <https://study-center.beiersdorf.de>, sowie die selbstständige Datenaktualisierung oder Studienplanung und vieles mehr.

Ihr seid ein wichtiger Teil unseres Teams, seid herzlich willkommen & bleibt neugierig, denn wir zählen auf euch!

Beiersdorf Study Center  
Beiersdorfstraße 7  
22529 Hamburg  
Telefon: +49 40 4909 5600  
<https://study-center.beiersdorf.de>  
E-Mail: [studycenter@beiersdorf.com](mailto:studycenter@beiersdorf.com)  
Instagram: [beiersdorf\\_study\\_center](https://www.instagram.com/beiersdorf_study_center)

Impressum (Stand 02/2024):  
Beiersdorf AG  
Beiersdorfstraße 1–9  
22529 Hamburg  
Tel: +49 40 4909 0

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

Register und Registernummer:  
Registergericht Hamburg, HRB 1787  
Umsatzsteueridentifikationsnummer:  
DE 118 513 961

Study Center – We develop impactful Skincare Innovations that touch people's lives.

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