

SEBANEWS

JAHRESRÜCKBLICK 2024

01 | EDITORIAL

02 | FORSCHUNG

03 | WORKSHOPS & MARKETING

04 | MARKETING

05 | SOCIAL MEDIA

06 | AUSBILDUNG

07 | SPORT & SPONSORING

08 | SPORT & SPONSORING

09 | NATIONAL & GLOBAL

10 | PRODUKTE

11 | STANDORTE

12 | PERSONAL

SEBAPHARMA STARTET WEITER DURCH

NEUE SEBAMED HOMEPAGE MIT ONLINESHOP +++ LOGO-RELAUNCH ERFOLGT +++
+++ TV-SPOTS ZUR FUSSBALL-EM 2024 +++ PRODUKTIONSKAPAZITÄTEN ERHÖHT

DAS JAHR 2024 WAR FÜR SEBAPHARMA EIN JAHR GROSSER ENTWICKLUNGEN UND ERFOLGE. ERSTMALS IN DER UNTERNEHMENSGESCHICHTE WURDE IM APRIL EIN MONATSUMSATZ VON ÜBER 22 MILLIONEN EURO ERZIELT. DIE WELTWEIT STEIGENDE NACHFRAGE NACH SEBAMED PRODUKTEN MIT DEM pH-WERT 5,5 STELLT DAS UNTERNEHMEN ABER AUCH VOR NEUE HERAUSFORDERUNGEN. IN DIESER DYNAMISCHEN ZEIT ERWEIST SICH DAS ENGAGEMENT DER MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER ALS VERLÄSSLICHE STÜTZE UND TREIBENDE KRAFT FÜR DEN ERFOLG.

Erweiterung der Produktionskapazitäten als Wachstumsmotor

Die Umstellung auf den Zweischichtbetrieb in Pfalzfeld und die Erweiterung der Produktionskapazitäten sind ein zentraler Schritt für weiteres Wachstum. Diese Maßnahmen sind entscheidend, um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden und für die Zukunft gerüstet zu sein. Ein genauerer Blick auf diese Neuerungen findet sich auf Seite 2.

Internationaler Fortschritt: Naked bottles für China

Auch international setzt Sebapharma Zeichen: Auf dem chinesischen Markt wurde mit der Einführung der so genannten „naked bottles“ ein wesentlicher Fortschritt erzielt. Die Produkte werden in Norderstedt produziert und abgefüllt, jedoch ohne Etikettierung, die von einem chinesischen Partner übernommen wird. Sebapharma prüft weiterhin das Verpackungsdesign. So bleibt der gewohnte Markenauftritt in China erhalten und gleichzeitig wird die Bereitstellung der Produkte flexibler gestaltet.



Sebapharma setzt den Wachstumskurs erfolgreich fort.

Frischer Auftritt: Neues Erscheinungsbild und neue Website

Parallel zu diesen Entwicklungen hat sich auch das äußere Erscheinungsbild der Marke weiterentwickelt. Das neue sebamed Logo und Verpackungsdesign spiegelt die Wissenschaftlichkeit und Innovationskraft der Marke wider und präsentiert sich frischer und zeitgemäßer. Ein tiefergehender Einblick in den Logo-Relaunch und die Bedeutung dieser Veränderungen ist auf Seite 5 zu lesen. Auch digital geht Sebapharma mit der Zeit. Die neue sebamed Homepage bietet nicht nur umfassende Informationen zum Produktsortiment und zur Markenphilosophie, sondern auch einen neuen, benutzerfreundlichen Online-Shop. Die zahlreichen Neuerungen und Funktionen des Internetauftritts werden auf Seite 4 vorgestellt.

TV-Spots zur Fußball-EM 2024

Um sebamed noch stärker in den Fokus zu rücken, nutzte Sebapharma die Fußball-Europameisterschaft 2024 in Deutschland als Plattform. Mit einer umfangreichen TV-Kampagne wurde ein Millionenpublikum erreicht und die Sichtbarkeit der Marke weiter erhöht. Alle Details zu Reichweite und dem Erfolg dieser und weiterer Kampagnen sind auf Seite 5 nachzulesen.

An Bord der Kieler Woche

Doch nicht nur auf dem Bildschirm, auch live konnte sebamed überzeugen: Bei der Kieler Woche, dem größten Segelsportereignis der Welt, war die Marke als offizieller Sponsor vertreten und zeigte sowohl bei den Seglerinnen und Seglern als auch beim Publikum eine starke Präsenz. Ein Rückblick auf das Engagement während der Kieler Woche findet sich auf Seite 8.

Forschung und Entwicklung als Schlüssel für die Zukunft

Der Blick auf Sebapharma ließe sich mit vielen weiteren Beispielen fortsetzen und zeigt, wie sich das Unternehmen in allen Bereichen den wachsenden Anforderungen stellt. Deshalb investiert Sebapharma weiter in Forschung und Entwicklung. Ziel ist es, die wissenschaftlich fundierten Produkte mit dem pH-Wert 5,5 noch breiter aufzustellen und die führende Position des Unternehmens im Bereich der medizinischen Hautreinigung und -pflege langfristig zu sichern. Insgesamt zeigt das Jahr 2024 eindrucksvoll, wie Sebapharma durch strategische Maßnahmen und konsequente Weiterentwicklung weiterhin auf Wachstumskurs bleibt. Innovation, Engagement und globale Expansionsschritte tragen dazu bei, das Unternehmen zukunftsfähig und erfolgreich zu positionieren. —

SEBAPHARMA VERLEIHT 14. HEINZ MAURER-PREIS

ZWEI WISSENSCHAFTLICHE ARBEITEN ZUR HAUTFORSCHUNG AUSGEZEICHNET

SEBAPHARMA VERGIBT DEN HEINZ MAURER-PREIS SEIT 1996 ALLE ZWEI JAHRE UND EHRTE IN DIESEM JAHR FORSCHER DER LMU MÜNCHEN UND DER MEDIZINISCHEN HOCHSCHULE HANNOVER FÜR IHRE WISSENSCHAFTLICHEN ARBEITEN AUF DEM GEBIET DER HAUTFORSCHUNG MIT DEM RENOMMIERTEN HEINZ MAURER-PREIS.

Als Hersteller der medizinischen Hautpflege-Marke sebamed mit dem pH-Wert 5,5 fördert Sebapharma mit dem mit insgesamt 20.000 Euro dotierten Preis den Fortschritt in der dermatologischen Wissenschaft. Die diesjährige Preisverleihung fand zeitgleich mit der Fortbildungswoche für praktische Dermatologie und Venerologie am 12. Juli 2024 in München statt. Aufgrund der herausragenden Qualität zweier eingereichter Arbeiten auf dem Gebiet der Hautmikrobiomforschung wurde der Preis geteilt und Prof. Dr. med. Wolfgang Gehring, Vorsitzender der Jury und Ehrenmitglied des wissenschaftlichen Beirats von Sebapharma, und Dr. Daniel Rothoefl, Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung, überreichten den Preisträgern die Urkunden.

Dr. med. Dr. rer. hum. biol. Benjamin Clanner-Engelshofen von der Klinik für Dermato-



V. l. n. r.: Prof. Dr. Wolfgang Gehring (Vorsitzender der Jury für den Heinz Maurer-Preis), Dr. Dr. Benjamin Clanner-Engelshofen (Preisträger), Dr. Stephan Traidl (Preisträger), Leonard Harries (Doktorand und Co-Autor von Dr. Stephan Traidl) und Dr. Daniel Rothoefl (Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung Sebapharma)

logie und Allergologie der LMU München ist einer der beiden diesjährigen Heinz Maurer-Preisträger. Ihm und seiner Forschungsgruppe gelang es erstmals, Demodex-Milben erfolgreich ex vivo zu kultivieren.* Diese Mikroorganismen können zu entzündlichen Hauterkrankungen wie der Rosacea beitragen. Die neu entwickelte Methode erlaubt eine bessere Erforschung der Milben, ihres Einflusses auf Hauterkrankungen sowie der Wirksamkeit und Wirkmechanismen von Therapeutika. Konkret wurde gezeigt, dass Isotretinoin durch eine reduzierte Ölbildung der Talgdrüsen gegen Rosacea helfen könnte.

Die andere Hälfte des Heinz Maurer-Preises wurde an Dr. med. Stephan Traidl und Leonard Harries aus der Abteilung Dermatologie und Allergologie der MHH für ihre Untersuchungen zur verstärkten Immunantwort unter Behandlung mit dem Therapeutikum Dupilumab vergeben. Die Auszeichnung ehrt die Erkenntnisse zur Immunantwort auf Herpesinfektionen bei Patienten mit atopischer Dermatitis (AD), insbesondere bei denjenigen mit einer Vorgeschichte schwerer Infektionen, die als Ekzem herpeticum (EH) bezeichnet werden.** Die Ergebnisse liefern wertvolle Daten über das therapeutische Potenzial von Dupilumab bei der Modulation von Immunreaktionen bei AD-Patienten und unterstreichen seine Relevanz nicht nur bei der Behandlung von AD, sondern auch bei der potenziellen Verringerung der Anfälligkeit für Virusinfektionen wie EH. —

* B.M. Clanner-Engelshofen et al. First ex vivo cultivation of human Demodex mites and evaluation of different drugs on mite proliferation. JEADV 2022, 36, 2499-2503
** S. Traidl et al. Dupilumab strengthens herpes simplex virus type 1-specific immune response in atopic dermatitis. J Allergy Clin Immunol. 2023 Dec;152(6):1460-1469

SCHONENDE HAUTPFLEGE FÜR BABYS

ERSTE TESTS BESTÄTIGEN MIKROBIOMFREUNDLICHE EIGENSCHAFTEN

DIE HAUTGESUNDHEIT STEHT BEI SEBAPHARMA IM MITTELPUNKT. MIT DEM pH-WERT 5,5 SCHÜTZT SEBAMED DEN NATÜRLICHEN HAUTSCHUTZMANTEL UND FÖRDERT DAS GLEICHGEWICHT DES MIKROBIOMS. SEIT DER EINFÜHRUNG DES SEIFENFREIEN WASCHSTÜCKS IM JAHR 1967 SPIELT DIE MIKROBIOMFREUNDLICHE WIRKUNG EINE ZENTRALE ROLLE IN DER FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG.

Bereits in den 1980er Jahren bestätigten wissenschaftliche Methoden, dass sebamed

Produkte das Gleichgewicht des Hautmikrobioms positiv beeinflussen. Insbesondere bei der Einführung der sebamed Hautpflegeserie für Babys im Jahr 1983 war dies ein entscheidendes Kriterium, da sich das Hautmikrobiom von Babys nach der Geburt erst noch entwickeln muss. Hautpflegeprodukte mit einem zu hohen pH-Wert können diese natürliche Anpassung stören. Aktuell wurde die Mikrobiomfreundlichkeit der sebamed Baby & Kind Produkte in einer neuen Testreihe bestätigt. Dank der Fortschritte in der Hautmikrobiomforschung können zuverlässige Vorhersagen über die Wirkung von Produkten auf das Mikrobiom durch „in vitro“-Tests gemacht werden. Diese Tests simulieren die Bedingungen der Babyhaut in einer kontrollierten Umgebung und überprüfen die Wirkung der Produkte anhand von vier zentralen Kriterien:

- Keimfreiheit – bereits durch die strengen Qualitätskontrollen aller sebamed Produkte gewährleistet
- Einfluss des Produkts auf die für Babyhaut typischen gesunden Bakterien
- Wirkung des Produkts auf krankheits-erregende Mikroben, die bei Babys häufig vorkommen
- Erhalt der Artenvielfalt des Hautmikrobioms



sebamed Baby & Kind sorgt für gesunde Haut von Anfang an.

Alle getesteten Produkte der sebamed Baby & Kind-Serie (Waschlotion Haut & Haar, Pflegelotion, Pflegecreme Gesicht & Körper und Wundcreme) haben diese strengen Tests bestanden. Sie sind damit nicht nur aufgrund ihres pH-Wertes von 5,5, sondern auch aufgrund ihrer speziellen Zusammensetzung als mikrobiomfreundlich für Babyhaut zertifiziert. Diese Ergebnisse bestätigen erneut die hohe Qualität und Verträglichkeit der sebamed Baby & Kind Produkte und unterstreichen die Bedeutung der Hautpflege für die gesunde Entwicklung der Babyhaut. —

ERFOLGREICHE INTERNATIONALE SEBAMED JOUR FIXES

INFORMATIONEN, ERKENNTNISSE UND TRENDS IM AUSTAUSCH

AM 26. MÄRZ 2024 FAND DER ERSTE JOUR FIXE DES JAHRES MIT INTERNATIONALEN PARTNERN VON SEBAMED STATT, BEI DEM SICH ALLES UM DAS THEMA HAARE DREHTE. INSGESAMT 60 TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMER AUS VERSCHIEDENEN LÄNDERN NAHMEN AM WORKSHOP TEIL.

Neben wissenschaftlichen Erkenntnissen zu den Eigenschaften des Haares, Haartypen, Kopfhaut, Babyhaar und Gesichtshaar sowie neuesten Studienergebnissen standen erstmals auch zeitgemäße Themen wie aktuelle Haartrends auf dem Programm. Darauf aufbauend erläuterte Dr. Lina Praefke die Vorteile der sebamed Haarpflegeprodukte und stellte diese den Partnern ausführlich vor.

Ein besonderes Highlight war die Vorstellung einer repräsentativen Studie des indischen Partners, die die Wirksamkeit des sebamed Anti-Haarverlust Shampoos eindrucksvoll belegte. Das durchweg positive Feedback der internationalen Partner bestätigte den Erfolg der Veranstaltung, sodass der nächste Jour Fixe am 8. Oktober 2024 stattfand.

Dieser Jour fixe stand ganz im Zeichen des „Exzema Awareness Month“ und Dr. Lina Praefke präsentierte den rund 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmern neue Erkenntnisse zur atopischen Dermatitis. In ihrem Vortrag erläuterte sie umfassend die Symptome und Ursachen dieser Hauterkrankung und stellte die Produktlinien sebamed Anti-Dry und sebamed Extreme Dry als therapiebegleitende Hautpflege in Ergänzung zu Arzneimitteln bei atopischer Dermatitis vor.

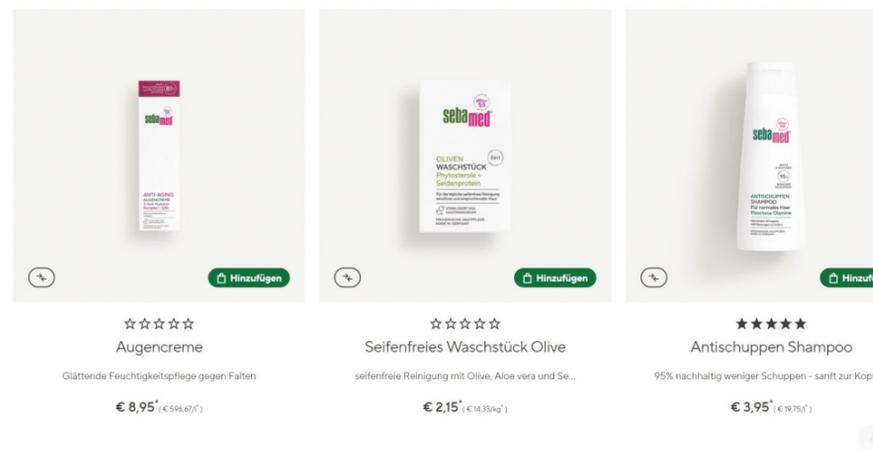
Spannende Einblicke lieferte auch Celine Schröder, Market Managerin bei Sebapharma. Sie präsentierte neue Erkenntnisse rund um Social Media und betonte die Bedeutung dieser Kanäle für die Markenpräsenz von sebamed. Besonderes Augenmerk legte sie auf aktuelle Tipps und Trends im Umgang mit atopischer Dermatitis, die in den Sozialen Medien geteilt werden. Durch gezielte Aufklärung und relevante Inhalte zum Thema kann sebamed besser die Bedürfnisse der Betroffenen ansprechen. So stärkt sebamed nicht nur die eigene Sichtbarkeit, sondern bleibt auch in den sozialen Medien am Puls der Zeit. —



NEUER ONLINE-AUFTRITT

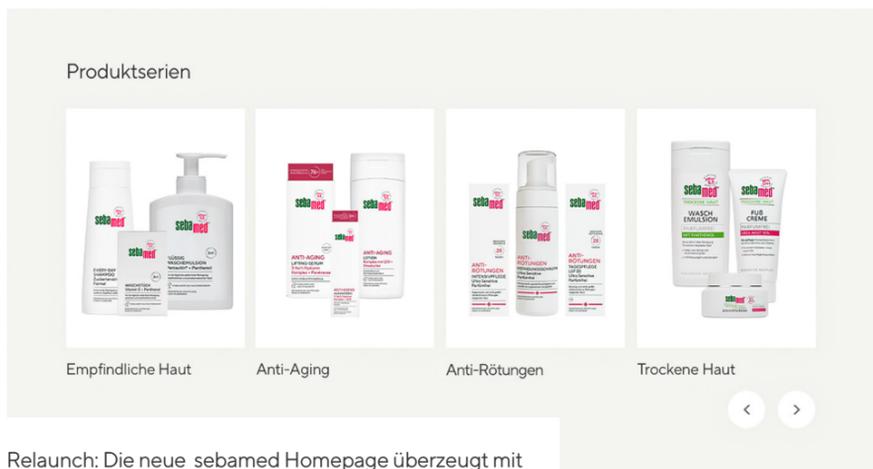
ZAHLREICHE KLICKS AUF SEBAMED.DE UND STEIGERUNG DER ONLINE-SHOP-VERKÄUFE

Unsere Bestseller



AM 12. MAI 2024 GING DIE NEUE SEBAMED WEBSITE ONLINE – EIN WICHTIGER MEILENSTEIN IN DER WEITERENTWICKLUNG DER MARKE. DIE SEITE BESTICHT NICHT NUR DURCH EIN MODERNES UND ANSPRECHENDES DESIGN, SONDERN BIETET AUCH ZAHLREICHE TECHNISCHE VERBESSERUNGEN, DIE DAS NUTZERERLEBNIS OPTIMIEREN.

Das neue Layout sorgt für eine intuitive Navigation und ein angenehmes Surferlebnis. Nutzerinnen und Nutzer können sich auf der neuen Homepage umfassend über das vielfältige Produktsortiment, den pH-Wert 5,5 und das Unternehmen informieren. Im integrierten Online-Shop können sebamed Produkte schnell und unkompliziert gekauft werden. Derzeit verzeichnet der sebamed Online-Shop bereits mehr als 790.000 Besucherinnen und Besucher. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum bedeutet dies einen Zuwachs von mehr als 303.000 Kontakten. Über 1.800 Bestellungen von mehr als 21.000 sebamed Produkten seit dem Relaunch im Mai zeigen, dass der Online-Verkauf für Sebapharma ein immer wichtigerer Vertriebskanal wird. Die meistverkauften Produkte im Online-Shop sind die sebamed Sportdusche, das sebamed Seifenfreie Waschstück und das sebamed Every-Day Shampoo.



Ein Highlight der neuen Website ist das nahtlos integrierte CRM-System, das eine gezielte Kundenansprache und monatliche Newsletter ermöglicht. Um die internationale Reichweite von sebamed zu erhöhen, ist die Website ab sofort auch in Englisch, Spanisch und Französisch verfügbar. Dieser Schritt ermöglicht es, Kundinnen und Kunden weltweit besser zu erreichen und sebamed global noch stärker zu positionieren. —

Relaunch: Die neue sebamed Homepage überzeugt mit ihrer Optik und Nutzerfreundlichkeit.

ZEITGENÖSSISCH-MINIMALISTISCHES DESIGN FÜR BEWÄHRTE HAUTPFLEGE

SEBAMED VERBINDET TRADITION UND MODERNE IM NEUEN VERPACKUNGSDESIGN

SEIT DER GRÜNDUNG IM JAHR 1967 SETZT SEBAMED AUF WISSENSCHAFT, TRADITION UND INNOVATION UND STEHT FÜR HOCHWERTIGE HAUTREINIGUNG UND -PFLEGE MIT DEM pH-WERT 5,5. UM DIE MEDIZINISCHE AUTHENTIZITÄT WEITER ZU STÄRKEN, FÜHRTE SEBAMED IM APRIL 2024 EIN NEUES VERPACKUNGSDESIGN MIT ÜBERARBEITETEM LOGO UND DEM NEUEN MARKENCLAIM „WISSENSCHAFT FÜR GESUNDE HAUT SEIT 1967“ EIN. DER NEUE CLAIM UNTERSTREICHT DIE VERBINDUNG VON TRADITION UND WISSENSCHAFTLICHER KOMPETENZ, DIE SEIT ÜBER 55 JAHREN IM MITTELPUNKT DER MARKE STEHT UND DURCH MEHR ALS 400 WISSENSCHAFTLICHE STUDIEN BELEGT IST.

Das neue Logo- und Verpackungsdesign bringt optische Frische: Der Markenname **sebamed** bleibt prominent, während der Hinweis auf den „pH-Wert 5,5“ und die Aussage „klinisch geprüft“ nun in einer modernen Stempelform dargestellt werden. Klare Linien, dezente Farbakzente und eine puristische weiße Fläche unterstreichen den medizinischen Hintergrund der Marke und verleihen den Produkten gleichzeitig eine zeitgemäße, elegante Ästhetik. Doch der Relaunch bringt nicht nur optische Veränderungen mit sich: Ein zentrales Merkmal des neuen Designs ist die deutlich sichtbare pH-Wert-Skala auf der Rückseite der Verpackung, welche die Kompetenz von sebamed in der Reinigung und Pflege der Haut unterstreicht und die Produkte klar vom Wettbewerb abgrenzt. Zusätzlich wird auf den Verpackungen auf die Stabilisierung des Hautmikrobioms hingewiesen und über wissenschaftliche Studien informiert, die die Wirksamkeit der sebamed Produkte bestätigen. Damit unterstreicht sebamed die bewährte Qualität und auch die wissenschaftliche Expertise, für die sebamed seit jeher steht.



Das neue Design kommuniziert nicht nur die Markenwerte und die medizinische Kompetenz von sebamed, sondern verleiht den Produkten auch eine moderne Lifestyle-Komponente. Mit dem Relaunch spricht sebamed sowohl langjährige Verwenderinnen und Verwender als auch neue Zielgruppen an, die Wert auf innovative, wissenschaftlich fundierte Hautreinigung und -pflege sowie zeitgemäßes Design legen.

sebamed Produkte im Neudesign sind ein Hingucker im Verkaufsregal.

SEBAMED WERBUNG SORGT FÜR UMSATZPLUS

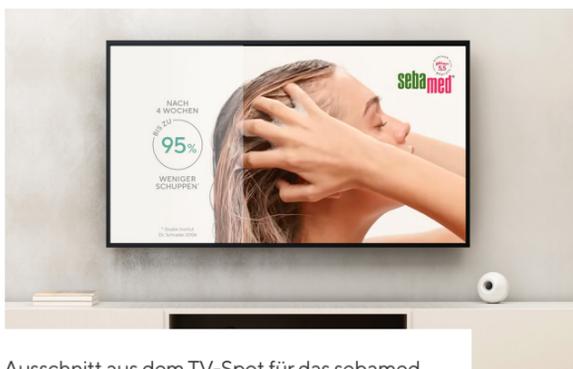
VIER ERFOLGREICHE MEDIA KAMPAGNEN STEIGERN UMSATZ UND ERHÖHEN DIE MARKENPRÄSENZ

IM ERSTEN HALBJAHR 2024 STARTETE SEBAMED EINE GROSSE KOMMUNIKATIONS-OFFENSIVE MIT VIER ERFOLGREICHEN MEDIAKAMPAGNEN, DIE ÜBER DIE HAUTSCHONENDE REINIGUNG UND PFLEGE MIT DEM pH-WERT 5,5 INFORMIERTEN UND ZU EINER DEUTLICHEN STEIGERUNG VON UMSATZ UND ABSATZ FÜHRTEN.

Die erste Kampagne für das sebamed Anti-Haarverlust Shampoo lief vom 4. März bis zum 17. April und nutzte TV, Print und digitale Kanäle. Das Ergebnis: Die insgesamt 20 TV-Schaltungen erreichten 30,3 Millionen Kontakte, in den Printmedien wurden rund 27 Millionen Kontakte erzielt. Während und nach der Kampagne lagen die Abverkaufszahlen über denen des Vorjahres. Der Erfolg führte zu einem zweiten Mediaflight vom 6. bis 24. Mai, der im stationären Handel, im Online-Handel und im sebamed Online-Shop erneut starke Abverkaufszahlen erzielte.

Die Mediakampagne zur sebamed ANTI-AGING-Serie, die vom 16. April bis 26. Mai lief, konzentrierte sich auf Print und Digital. Trotz leichter Verzerrungen u. a. durch Rabattaktionen war auch hier eine positive Abverkaufsentwicklung zu verzeichnen. Insgesamt erreichte die Kampagne 24 Millionen Kontakte in Print, 13 Millionen digitale Anzeigeneinblendungen und 150.000 Produktkontakte durch PR-Muster. Die sebamed Antischuppen Shampoos waren vom 14. Juni bis 14. Juli im Rahmen der Fußball-Europameisterschaft in den Medien präsent. Der 20-Sekunden-Spot erreichte unter anderem durch Platzierungen vor Spielbeginn und in der Halbzeitpause der deutschen Nationalmannschaft rund 30 Millionen Menschen. Mit weiteren Print- und Onlineplatzierungen sowie 4,5 Millionen digitalen Anzeigeneinblendungen war die Kampagne ein voller Erfolg. Bereits zur Halbzeit der Kampagne konnten im stationären Handel, im Online-Handel und im sebamed Online-Shop deutliche Umsatz- und Absatzsteigerungen verzeichnet werden.

Durch die vier Mediakampagnen konnte nicht nur der Abverkauf gesteigert, sondern auch die Position von sebamed als innovative Reinigungs- und Pflegemarke im Bereich der medizinischen Hautpflege gestärkt werden.



Ausschnitt aus dem TV-Spot für das sebamed Antischuppen Shampoo

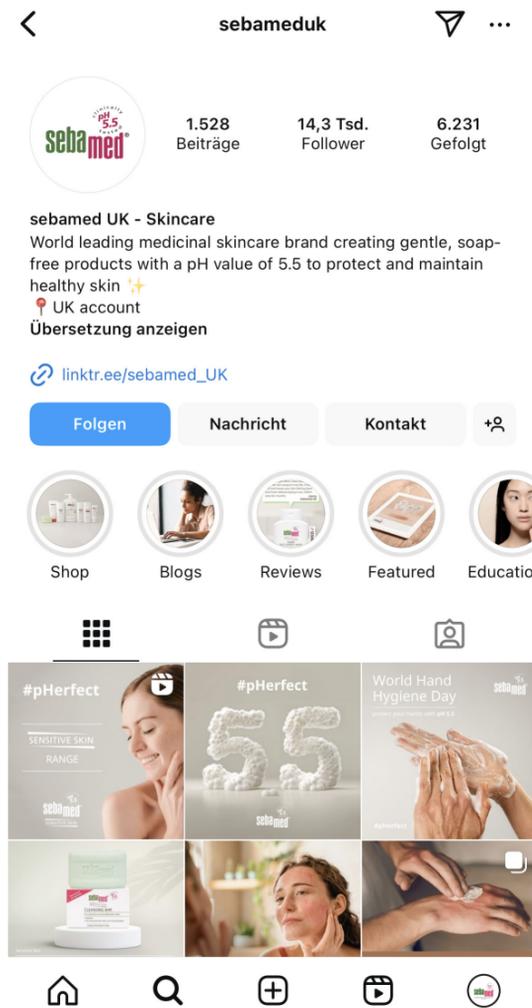
SEBAMED ÜBERZEUGT MIT INTERNATIONALEM SOCIAL MEDIA AUFTRITT

WELTTAG DER HANDHYGIENE ALS ERSTER SCHRITT ZUR WELTWEIT EINHEITLICHEN MARKENPRÄSENZ

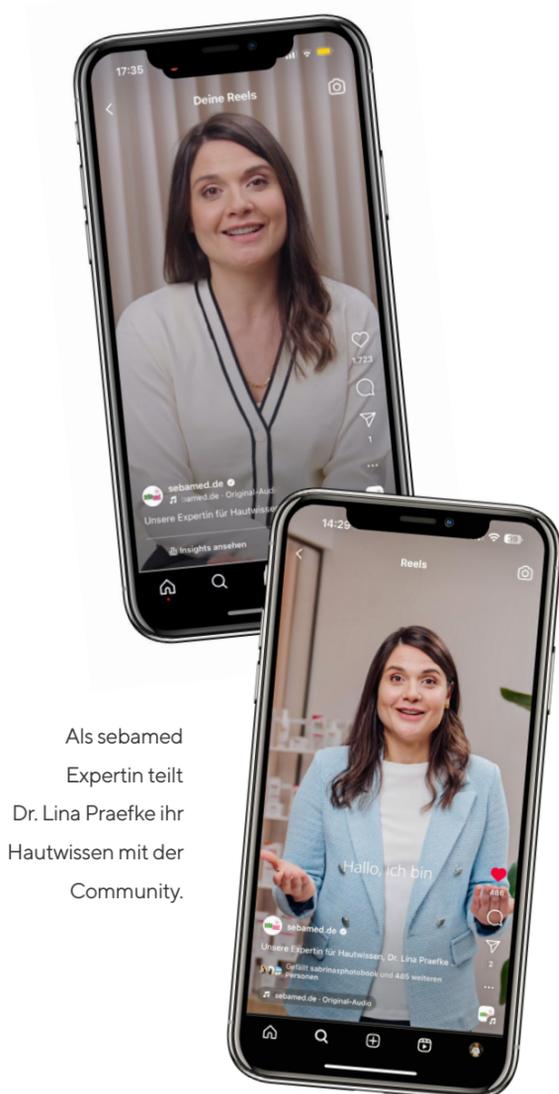
UM DEN INTERNATIONALEN SOCIAL-MEDIA-AUFTRITT VON SEBAMED EINHEITLICHER UND EFFEKTIVER ZU GESTALTEN, SOLLEN DIE WELTWEITEN PARTNER GEZIELT UNTERSTÜTZT WERDEN. ZWAR SIND DIE EINZELNEN LÄNDER EIGENSTÄNDIG FÜR IHRE SOCIAL MEDIA ACCOUNTS VERANTWORTLICH, DURCH GEZIELTE EMPFEHLUNGEN UND ANREGUNGEN KANN JEDOCH SICHERGESTELLT WERDEN, DASS DIE INHALTE WELTWEIT DEM MARKENAUFTRITT VON SEBAMED ENTSPRECHEN.

Der Welttag der Handhygiene am 5. Mai, ein symbolträchtiger Tag für sebamed (Datum 5.5. = pH-Wert 5,5), diente als idealer Startpunkt für diese Initiative. Erstmals wurden spezielle Social Media Assets vom Marketing erstellt und den internationalen Partnern zur Verfügung gestellt. Insgesamt sieben Länder setzten diese Materialien auf ihren Instagram-Kanälen ein.

Das positive Feedback und die hohe Nachfrage bestätigen den eingeschlagenen Weg. Eine Vielzahl weiterer Social-Media-Inhalte steht bereits zur Verfügung, um auch in Zukunft einen einheitlichen und erfolgreichen internationalen Markenauftritt zu fördern. —



Motive zum Welttag der Handhygiene (rechts) und auf dem Instagram-Kanal von sebamed UK (links)



Als sebamed Expertin teilt Dr. Lina Praefke ihr Hautwissen mit der Community.

„HALLO, ICH BIN DR. LINA PRAEFKE ...“

SEBAMED EXPERTINNEN-CONTENT INFORMIERT AUF INSTAGRAM UND FACEBOOK ÜBER DEN pH-WERT 5,5

„SKINCARE-CONTENT“ ERFREUT SICH DERZEIT IN DEN SOZIALEN MEDIEN GROSSER BELIEBTHEIT - UND SEBAMED HAT DIESEN TREND ERFOLGREICH AUFGEGRIFFEN. IN EINER SERIE VON NEUN KURZEN VIDEOS IM REEL-FORMAT GIBT DR. LINA PRAEFKE, REFERENTIN MEDIZINISCH-WISSENSCHAFTLICHE ABTEILUNG, ALS APOTHEKERIN UND WISSENSCHAFTLERIN IHR WISSEN RUND UM DIE REINIGUNG UND PFLEGE DER HAUT WEITER - VON HAUTRÖTUNGEN UND HAUTALTERUNG BIS HIN ZU TROCKENER UND EMPFINDLICHER HAUT.

Ziel der Videos ist es, sebamed als Experten für Hautgesundheit zu positionieren

und das wissenschaftliche Know-how der Marke auf ansprechende Weise in den sozialen Netzwerken zu kommunizieren. Dr. Lina Praefke bringt als junge Wissenschaftlerin eine besondere Nähe zur Zielgruppe mit, schafft Vertrauen und macht sebamed für ein breites Publikum greifbar und sympathisch.

Die Reels haben auf Instagram bereits eine kumulierte Reichweite von 300.000 Kontakten erreicht - dies entspricht durchschnittlich mehr als 33.000 Aufrufen pro Video. Die hohen Zahlen verdeutlichen die große Nachfrage nach authentischen und wissenschaftlich fundierten Inhalten und zeigen, dass sebamed mit diesem Ansatz den Nerv der Zeit trifft. —

AUSZUBILDENDE ENGAGIEREN SICH FÜR DIE UMWELT

13 AUSZUBILDENDE BAUTEN INSEKTENHOTELS, RÄUMTEN RHEINUFER AUF UND SAMMELTEN MÜLL EIN

UM DEN START INS BERUFSLEBEN UND DEN ZUSAMMENHALT DER 13 AUSZUBILDENDEN BEI SEBAPHARMA ZU FÖRDERN, WURDEN IM RAHMEN DER „AZUBI-NACHHALTIGKEITSTAGE“ VERSCHIEDENE UMWELT- UND NACHHALTIGKEITSPROJEKTE RUND UM DEN FIRMENSITZ IN BOPPARD UMGESETZT. BESONDERS STOLZ WAREN DIE AUSZUBILDENDEN AUF DEN BAU VON ZWEI INSEKTENHOTELS, DIE NUN AN DEN STANDORTEN BAD SALZIG UND PFALZFELD INSEKTEN EINEN GESCHÜTZTEN NISTPLATZ UND UNTERSCHLUPF BIETEN.

Ein weiteres Engagement für Nachhaltigkeit und Umweltschutz war die Säuberung des Rheinufers in Bad Salzig von Unrat. Innerhalb weniger Stunden kamen mehrere große Säcke mit weggeworfenen Verpackungen, vor allem aus Plastik, zusammen. Die Azubi-Nachhaltigkeitstage dienten nicht nur dem Teambuilding, sondern unterstrichen auch das Engagement des Familienunternehmens für den Umweltschutz in der Region. Die Auszubildenden hatten sichtlich Spaß an den gemeinsamen Projek-



Sebapharma Azubis freuen sich über die selbstgebaute Insektenhotels für die Standorte in Bad Salzig und Pfalzfeld.

ten, die einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des Umweltbewusstseins und zur Förderung der Artenvielfalt leisteten.

In diesem Jahr starteten bei der Sebapharma zwei neue duale Studierende im Bereich Business Administration, die gemeinsam mit drei neuen Auszubildenden im Bereich Industriekaufmann/-frau an den Azubi-Nachhaltigkeitstagen teilnahmen. Damit bildet Sebapharma derzeit insgesamt 13 Auszubildende in verschiedenen kaufmännischen und IT-Berufen aus. Das duale Studium findet in Kooperation mit der Hochschule Koblenz

statt und verbindet praktische Ausbildung mit akademischer Weiterbildung.

Mit den Azubi-Nachhaltigkeitstagen beweist Sebapharma einmal mehr, dass das Unternehmen nicht nur ein attraktiver Ausbildungsbetrieb im Bereich der medizinischen Hautreinigung und -pflege ist, sondern auch Verantwortung für die Region und die Umwelt übernimmt. „Umwelt und Nachhaltigkeit haben bei der Sebapharma seit Jahrzehnten einen sehr hohen Stellenwert. Es ist uns besonders wichtig, dass unsere Nachwuchskräfte bereits in der Ausbildung ein entsprechendes Bewusstsein entwickeln und gleichzeitig durch Projekte wie die Azubi-Nachhaltigkeitstage der Teamgeist und der Zusammenhalt gestärkt werden“, so Personalleiter Christian Metzging.

Übrigens: Sebapharma denkt nicht nur in Sachen Nachhaltigkeit an die Generation von morgen, sondern kümmert sich auch um deren Ausbildung: Für das Ausbildungsjahr 2025 sucht Sebapharma noch Auszubildende in den Berufen Industriekaufmann/-frau, IT-Systemkaufmann/-frau und für das duale Studium Business Administration. —

WHU-STUDIENDE ZU BESUCH BEI SEBAPHARMA

EINBLICK IN DIE WELT EINES INTERNATIONAL ERFOLGREICHEN FAMILIENUNTERNEHMENS

AM 16. MAI 2024 BEGRÜSSTE SEBAPHARMA EINE GRUPPE AUSGEWÄHLTER STUDIERENDER DER WHU-OTTO BEISHEIM SCHOOL OF MANAGEMENT AN DEN STANDORTEN BAD SALZIG UND PFALZFELD. UNTER DER LEITUNG VON PROF. DR. NADINE KAMMERLANDER, LEHRSTUHLINHABERIN FÜR FAMILIENUNTERNEHMEN UND MITTELSTAND, WAREN STUDIERENDE AUS AMERIKA, CHINA, KOREA UND KANADA ZU GAST, UM MEHR ÜBER INTERNATIONAL ERFOLGREICHE FAMILIENUNTERNEHMEN ZU ERFAHREN.

Der Tag begann mit einer Unternehmenspräsentation von Dr. Daniel Rothoef, Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung, und Olaf Walter, Leiter Internationaler Vertrieb, gefolgt von einer lebhaften Fragerunde, die tiefe Einblicke in die Unternehmensstrategie und -kultur gewährte. Anschließend hatten die Studierenden die Möglichkeit, in Kleingruppen drei interaktive Stationen zu durchlaufen:

- **pH-Wert Messung:** Dr. Michaela Arens-Corell, Leiterin Medizinisch-Wissenschaftliche Abteilung, demonstrierte die Bedeutung des pH-Wertes und ließ die Teilnehmenden den pH-Wert von sebamed



Empfang der internationalen Studierenden

Produkten im Vergleich zu herkömmlicher Seife testen.

- **Hautmessung:** Corinna Urban, Assistentin Medizinisch-Wissenschaftliche Abteilung, führte Tests zur Bestimmung des Hauttyps und der Hautfeuchtigkeit durch, um den Studierenden die praktische Anwendung der Produkte näherzubringen.

- **Wirkstoffpräsentation:** Dr. Lina Praefke, Referentin Medizinisch-Wissenschaftliche Abteilung, erklärte die Wirkung zentraler Inhaltsstoffe wie Parakresse, Urea, Panthenol und Meersalz, die in sebamed Produkten enthalten sind.

Nach einem gemeinsamen Mittagessen folgte eine Führung durch die Produktionsstätte in Pfalzfeld. Zum Abschluss erhielten die Teilnehmenden als Erinnerung an den besonderen Tag ein sebamed Bärchen.

Dieser Besuch bot nicht nur den Studierenden wertvolle Einblicke, sondern auch Sebapharma die Möglichkeit, sich mit neuen Perspektiven auseinanderzusetzen und Wissen auszutauschen. —

SEBAMED IST PARTNER BEI NATIONALEN SPORT- UND LIVE-EVENTS

sebamed zeigt Flagge auf Kieler Woche

Auch in diesem Jahr war sebamed offizieller Sponsor der Kieler Woche, dem größten Segelsportereignis der Welt, das vom 22. bis 30. Juni 2024 stattfand. Zehn Tage lang bot die Segel- und Festivalwoche Weltklassesport, musikalische Highlights und hochkarätige Kulturangebote für jedes Alter. So lockte die Kieler Woche über 3,5 Millionen Besucherinnen und Besucher aus mehr als 50 Nationen in die nördlichste Landeshauptstadt Deutschlands. Auf der Innenförde und vor Kiel-Schilksee herrschte wieder reges Treiben: 2.000 Boote, rund 4.000 Regattateilnehmerinnen und -teilnehmer und 400 Starts.

Der moderne 50 Quadratmeter große sebamed Brand Space auf der Sponsorenmeile in Schilksee war auch in diesem Jahr wieder ein attraktiver Anlaufpunkt für die Gäste. Hier erfuhren die Besucherinnen und Besucher nicht nur mehr über die Produktphilosophie von sebamed, sondern konnten sich auch umfassend über die medizinischen Hautreinigungs- und Pflegeprodukte mit dem pH-Wert 5,5 informieren und diese vor Ort zu exklusiven Kieler-Woche-Preisen erwerben. Individuelle Hautanalysen, persönliche Beratungen und vor allem das Glücksrad und das Sommergewinnspiel waren ein Highlight und lockten viele interessierte Besucherinnen und Besucher an den Stand – besonders beliebt bei den kleinen Gästen: die sebamed Luftballons.

Außerdem wurden alle teilnehmenden Seglerinnen und Segler mit hochwertigen sebamed Produkten ausgestattet, denn medizinische Hautpflege ist gerade für sportlich aktive Menschen mit beanspruchter Haut sehr wichtig.

Eine starke Präsenz mit Flaggen, Bannern, gebrandeten Tonnen im Wasser und weiteren Logo-Integrationen auf dem Veranstaltungsgelände sowie TV-Einbindungen im Rahmen der Live-Übertragungen der Kieler Woche auf SPORT1 und KielerWoche.TV rundeten das Engagement ab und sorgten für eine hohe Sichtbarkeit. —



sebamed an Bord der Kieler Woche

Deutscher Turnpokal in Stuttgart

Der 39. EnBW DTB Pokal bot auch in diesem Jahr Turnsport auf höchstem Niveau. Drei Tage lang begeisterten internationale Spitzensportlerinnen und -sportler die rund 20.000 Zuschauerinnen und Zuschauer in der Stuttgarter Porsche-Arena. Insgesamt nahmen 49 Teams aus 17 Ländern teil und zeigten herausragende Leistungen, die das Publikum in ihren Bann zogen. Vom 15. bis 17. März 2024 lockte das Event zahlreiche Sportbegeisterte an und sebamed war als offizieller Partner mit-tendrin. Neben einer aufmerksamkeitsstarken Präsenz auf der digitalen Bandenwerbung und

den Screens vor Ort präsentierte sich sebamed mit einem Promotionstand sowie einer Laufpromotion. Insgesamt wurden 10.000 Produktproben an die rund 30.000 Besucherinnen und Besucher und 20.000 Zuschauerinnen und Zuschauer in der Arena verteilt.

Auch digital konnte das Event große Reichweiten erzielen: Der Live-Stream auf Sportdeutschland.tv verzeichnete 130.000 Views, auf Instagram wurden beeindruckende 1,2 Millionen Impressions generiert.

sebamed nutzte diese Plattformen, um sich sowohl vor Ort als auch online erfolgreich zu präsentieren. —



Nationalmannschaftsmitglied Meolie Jauch am Messestand von sebamed



Publikumsmagnet Biathlon

Biathlon World Cup Ruhpolding

Vom 10. bis 14. Januar 2024 verwandelte sich die Chiemgau Arena in Ruhpolding wieder in das Zentrum des Biathlonsports. 72.500 begeisterte Zuschauerinnen und Zuschauer füllten die Arena und spornten die Athletinnen und Athleten aus aller Welt zu Höchstleistungen an. Insgesamt kämpften 293 Sportlerinnen und Sportler am Schießstand und in der Loipe um den Sieg und wertvolle Weltcup-Punkte. Unterstützt wurde das traditionsreiche Winterevent von 1.000 engagierten Volunteers und 250 Pressevertreterinnen und -vertreter sorgten für eine umfassende Berichterstattung.

sebamed präsentierte sich als offizieller Partner des Weltcups mit einem Promotionstand sowie einer Laufpromotion. Die Besucherinnen und Besucher hatten die Gelegenheit, sebamed Produkte kennenzulernen und an der sebamed Sportstation ihr sportliches Zeitgefühl zu testen. Mit etwas Glück konnten sie dabei attraktive Tagespreise gewinnen. Während des Events zählte sebamed beeindruckende 72.500 Produktkontakte und verteilte 14.850 Produktproben an das sportbegeisterten Publikum. —



Aufschlag vor großem Publikum für sebamед und die besten Beachvolleyball-Teams

White Sands Festival auf Norderney

Vom 17. bis 19. Mai 2024 fand auf Norderney das 25. White Sands Festival statt, bei dem sebamед erneut als Co-Sponsor vertreten war. Das Festival lockte rund 40.000 sportbegeisterte Besucherinnen und Besucher an den Nordstrand, wo die besten Beachvolleyball-Teams Deutschlands um wertvolle Ranglistenpunkte kämpften.

Ein besonderes Highlight in diesem Jahr war die Aufnahme des Turniers in die neu geschaffene 2. Deutsche Beach Tour des Deutschen Volleyball-Verbandes (DVV). Mit dabei war auch das sebamед Beach-Team mit Christine Aulenbrock und Sandra Ferger, die als Titelverteidigerinnen an den Start gingen. Neben spannenden sportlichen Wettkämpfen begeisterte das „White Sands Partyweekend“ mit musikalischen Höhepunkten und Eventpartys direkt am Strand.

Am sebamед Stand konnten die Gäste nicht nur spannende Produktinformationen erhalten, sondern auch am Glücksrad attraktive Preise gewinnen. Zusätzlich lockten sportliche Challenges mit weiteren Preisen. Während des dreitägigen Festivals wurden insgesamt 12.000 Produktproben verteilt, um den Besucherinnen und Besuchern das vielfältige sebamед Sortiment näherzubringen. —

sebamед Bike Day Kids Race 2024

Am 25. August 2024 ging das sebamед Bike Day Kids Race in Bad Salzig in die nächste Runde – bereits zum achten Mal, organisiert von der TG 1892 Boppard e.V. und unterstützt von Sebapharma. Mit 140 begeisterten jungen Fahrerinnen und Fahrern wurde ein neuer Teilnehmerrekord aufgestellt. Das Rennen, das auf Trails rund um das Firmengelände ausgetragen wurde, bot Kindern und Jugendlichen bis 16 Jahren die Möglichkeit, ihr Können auf verschiedenen Strecken unter Beweis zu stellen. Die Rennstrecken führten über unterschiedliche Untergründe wie Asphalt, Wald, Feldwege und Schotter und boten so spannende Herausforderungen für die Nachwuchs-Racer. Das sebamед Bike Day Kids Race hat sich mittlerweile als fester Bestandteil im Kalender der TG Boppard etabliert und erfreut sich wachsender Beliebtheit. —



Vollgas: Sportlicher Ehrgeiz und Begeisterung bei den Nachwuchsraderinnen und -radlern

sebamед unterstützt LoreLive

sebamед engagierte sich als Partner des LoreLive-Festes, das am 7. und 8. September im Kultur- und Landschaftspark Loreley stattfand.



Anlässlich des 200-jährigen Jubiläums von Heinrich Heines Loreley-Gedicht „Ich weiß nicht, was soll es bedeuten“ bot das Fest ein musikalisches und kulturelles Erlebnis für zahlreiche Besucherinnen und Besucher aus dem Mittelrheintal.

Mit dieser Partnerschaft unterstreicht sebamед seine Verbundenheit zur Region und sein Engagement für regionale Projekte und Initiativen.

„Als Familienunternehmen aus der Region ist es uns ein besonderes Anliegen, hier stattfindende Kultur- und Musikveranstaltungen zu fördern. Wir sind seit unserer Gründung im Mittelrheintal verwurzelt und möchten die Region aktiv mitgestalten. Unsere Partnerschaft mit LoreLive spiegelt diese Verbundenheit wider und zeigt, dass uns lokales Engagement am Herzen liegt“, so Dr. Daniel Rothoef, Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung.

Vor Ort verteilte sebamед hochwertige Produktproben, um die medizinische Hautreinigung und -pflege mit dem pH-Wert 5,5 vorzustellen. Zusätzlich übernahm sebamед die Kosten für das Catering der rund 300 Künstlerinnen und Künstler, wodurch der Veranstalter entlastet wurde und sich stärker auf das kulturelle Programm konzentrieren konnte. —



Celebrate at the Gate Berlin 2023/2024

Silvester mit sebamед

Auch in diesem Jahr wird sebamед als offizieller Partner von „Celebrate at the Gate“ in Berlin – Europas größter Silvesterparty – den Jahreswechsel vor der beeindruckenden Kulisse des Brandenburger Tors feiern. Mit einer Reichweite von rund 100 Millionen Kontakten setzt sebamед erneut ein Zeichen für gesunde Hautreinigung und -pflege mit dem pH-Wert 5,5. Vor Ort erreicht sebamед zehntausende Eventbesucherinnen und -besucher, während TV-Übertragungen, Social-Media-Kampagnen und das exklusive Gewinnspiel in Kooperation mit dem ZDF die Markenpräsenz weiter stärken werden. Ein Highlight zum Jahresende, das die Kernbotschaft von sebamед weit über die Hauptstadt hinaustragen wird. —

NI HAO SEBAMED

ERFOLGREICHE CHINA-REISE VOLLER INNOVATIONEN UND GASTFREUNDSCHAFT

IM MAI BEEINDRUCKTE SEBAMED IN CHINA SOWOHL INFLUENCER ALS AUCH DIE DERMATOLOGISCHE FACHPRESSE NACHHALTIG:

Beim sebamed Brand Day in Shanghai wurden ausgewählten Influencern sowie Vertreterinnen und Vertretern der medizinischen Fachpresse die Wissenschaft und die Produktphilosophie rund um den gesunden pH-Wert 5,5 sowie die Hautreinigungs- und pflegeprodukte von sebamed vorgestellt. Linda Li, eine bekannte TV-Persönlichkeit und Model, führte gemeinsam mit der renommierten Dermatologin Dr. Serena Peng durch die Veranstaltung. 30 Influencer nahmen an den verschiedenen Aktivitäten des Events teil und teilten ihre Erfahrungen eifrig in den sozialen Medien. Mit Begeisterung verfolgte das Publikum die Vorträge von Dr. Lina Praefke, Referentin der medizinisch-wissenschaftlichen Abteilung, über den pH-Wert 5,5 und das Hautmikrobiom. Außerdem wurde die Geschichte von sebamed und Dr. Heinz Maurers Werdegang vorgestellt. Der anschließende Austausch mit Journalistinnen und Journalisten führte zu zahlreichen positiven Presseberichten und einer breiten Berichterstattung.

Im zweiten Teil der Reise nahm sebamed an der 13. Asian Dermatological Conference (ADC) teil – der erste medizinische Kongress in China, auf dem sebamed vertreten war. Vor



V. l. n. r.: Ashley Ouyang, Dr. Lina Praefke und Olaf Walter vor dem Hologramm von Dr. Heinz Maurer am sebamed Messestand

über 2.000 Teilnehmenden positionierte sich sebamed als erste ganzheitliche Marke mit Pflegeprodukten von Kopf bis Fuß und für jedes Alter. Der moderne Messestand mit einem eindrucksvollen Hologramm von Dr. Heinz Maurer und einer Wand aus sebamed Seifenfreien Waschstücken weckte das Interesse vieler Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Besonders beliebt waren die kleinen Steiff-Teddys im sebamed Kittel, die zusammen mit Fachinformationen zur therapiebegleitenden Hautpflege verteilt wurden. Ein besonderes Highlight des Kongresses war das von sebamed organisierte Symposium, bei dem Prof. Gao Xinghua, Präsident des chinesischen Dermatologenverbandes, die Eröffnungsrede hielt. Dr. Lina Praefke referierte in ihrem Vortrag über die Bedeutung der Hautpflege und des Hautmikrobioms bei Gesunden und Menschen mit Darmerkrankungen.

Beide Veranstaltungen festigten die Position von sebamed auf dem chinesischen Markt und hinterließen einen bleibenden Eindruck bei Influencern, Medienvertreterinnen und -vertretern, Dermatologinnen und Dermatologen. Dank der gelungenen Präsentation und der hervorragenden Zusammenarbeit mit den chinesischen Kolleginnen und Kollegen erzielte sebamed China allein in den sozialen Medien eine beeindruckende Reichweite von 35 Millionen Kontakten. Die Herzlichkeit und Gastfreundschaft vor Ort trugen maßgeblich zum Erfolg der Reise bei. —

SEBAMED UNTERSTÜTZT DIE DIABETESTHERAPIE

SEBAPHARMA BEGEISTERT FACHPUBLIKUM MIT INNOVATIVEN PRODUKTEN FÜR DIABETIKER UND THERAPIEBEGLEITENDER HAUTPFLEGE AUF DEM DDG KONGRESS 2024

VOM 8. BIS 11. MAI 2024 FAND IN BERLIN DER 58. HAUPTKONGRESS DER DEUTSCHEN DIABETES GESELLSCHAFT (DDG) STATT, DER IN DIESEM JAHR ALS HYBRIDVERANSTALTUNG DURCHGEFÜHRT WURDE UND ÜBER 6.500 TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMER ANZOGE. NACH DER PANDEMIEBEDINGTEN PAUSE WAR SEBAPHARMA AUF DER INDUSTRIEAUSSTELLUNG WIEDER MIT EINEM STAND VERTRETEN UND NUTZTE DIE GELEGENHEIT, ZAHLREICHE KONTAKTE ZU KNÜPFEN. BESONDERS ERFREULICH: RUND 250 FACHGESPRÄCHE KONNTEN GEFÜHRT UND 105 MUSTERANFRAGEN VERZEICHNET WERDEN.

Ein Highlight für die Besucherinnen und Besucher war das Blutzuckermessgerät TESTAmed GlucoCheck Advance, das durch seine fortschrittlichen Funktionen – insbesondere die Sprachfunktion, die gut lesbare Displaygröße und die Möglichkeit der Datenübertragung in Softwarelösungen – viel Aufmerksamkeit erregte. Diese Merkmale bieten insbesondere älteren und sehbehinderten Menschen einen erheblichen Mehrwert und stießen bei den Fachbesucherinnen und -besuchern auf großes Interesse.

Neben TESTAmed präsentierte Sebapharma auch sebamed Produkte aus

der Serie „TROCKENE HAUT parfümfrei“ zur therapiebegleitenden Hautpflege bei Diabetes. Die sebamed Produkte unterstützen Diabetiker dabei, ihre empfindliche Haut optimal zu pflegen und vor dem Austrocknen zu schützen. Die positive Resonanz auf die Produkte und der rege Austausch mit den Besucherinnen und Besuchern zeigten, wie wichtig es ist, praxisnahe Lösungen für die speziellen Bedürfnisse von Menschen mit Diabetes anzubieten.

Die Teilnahme am DDG Kongress war ein voller Erfolg und unterstrich die Bedeutung von Innovationen und Reinigungs- und Pflegeprodukten im Kontext der Diabetestherapie. —

SEBAMED KLASSIKER FEIERN JUBILÄUM

50 JAHRE SEBAMED LOTION UND 30 JAHRE FRISCHE DUSCHE SIND BESONDERE MEILENSTEINE IN DER SEBAMED ERFOLGSGESCHICHTE

SEBAMED FEIERT IN DIESEM JAHR GLEICH ZWEI BESONDERE JUBILÄEN: DIE SEBAMED LOTION WIRD 50 JAHRE ALT UND DIE SEBAMED FRISCHE DUSCHE BLICKT AUF 30 ERFOLGREICHE JAHRE ZURÜCK. BEIDE PRODUKTE HABEN SICH ÜBER DIE JAHRZEHNTE HINWEG ALS UNVERZICHTBARE BESTANDTEILE DES SEBAMED SORTIMENTS ETABLIERT UND SIND AUS DEM ALLTAG VIELER KUNDINNEN UND KUNDEN NICHT MEHR WEGZUDENKEN.

Die seamed Lotion, die 1974 auf den Markt kam, und die seamed Frische Dusche, die 1994 folgte, stehen stellvertretend für die langjährige Expertise und das hohe Qualitätsbewusstsein der Marke seamed. Beide Produkte haben sich durch ihre hautschonenden Rezepturen mit dem pH-Wert von 5,5 bewährt. Sie tragen zur Pflege und zum Schutz empfindlicher Haut bei und erfreuen sich bis heute großer Beliebtheit.

Die Jubiläen stehen nicht nur für den Erfolg einzelner Produkte, sondern unterstreichen die über 55-jährige Tradition von seamed als Pionier in der medizinischen Hautreinigung und -pflege. Seit 1967, als das erste Seifenfreie



Seit Jahrzehnten erfolgreich: die seamed Lotion und seamed Frische Dusche

Waschstück mit dem pH-Wert 5,5 auf den Markt kam, setzt seamed Maßstäbe in der medizinischen Hautreinigung und -pflege und verbindet medizinisch-wissenschaftliche Forschung mit nachgewiesener Hautverträglichkeit, wie über 400 wissenschaftliche Studien belegen.

Was mit der Vision eines hautschonenden Reinigungsprodukts von Dr. med. Heinz Maurer

begann, hat sich zu einer weltweiten Erfolgsgeschichte entwickelt. Heute umfasst das seamed Sortiment mehr als 100 Produkte, die in über 100 Ländern erhältlich sind. Dabei ist sich seamed treu geblieben: Im Mittelpunkt steht nach wie vor die milde Reinigung und Pflege der Haut, abgestimmt auf den leicht sauren pH-Wert 5,5, um die natürliche Schutzfunktion der Haut zu unterstützen. —



Ausgezeichnet: die seamed Flüssig Wasch-Emulsion und der seamed Frische Deo 48h Roll-on



ÖKO-TEST FINDET SEBAMED GUT

ZWEI SEBAMED PRODUKTE FÜR QUALITÄT UND HAUTVERTRÄGLICHKEIT AUSGEZEICHNET

ERNEUT KONNTE SEBAMED MIT QUALITÄT ÜBERZEUGEN: IM VERGLEICHSTEST DES VERBRAUCHERMAGAZINS ÖKO-TEST SCHNITTEN DIE SEBAMED FLÜSSIG WASCHEMULSION UND DER SEBAMED FRISCHE DEO 48H ROLL-ON JEWELNS MIT DER GESAMTNOTE „GUT“ AB. DIESE AUSZEICHNUNG IST EIN WEITERER BELEG FÜR DIE HOHE HAUTVERTRÄGLICHKEIT UND QUALITÄT DER SEBAMED PRODUKTE, DIE DURCH DIE UNABHÄNGIGE BEWERTUNG ERNEUT BESTÄTIGT WURDE.

Im Test der April-Ausgabe wurden insgesamt 22 Waschlotionen, -cremes, -gele und -emulsionen mit den Auslobungen „hautfreundlich“, „pH-hautneutral“ oder „pH-Wert 5,5“ unter die Lupe genommen – darunter auch

die Flüssig Wasch-Emulsion von seamed. Die seamed Flüssig Wasch-Emulsion überzeugte durch ihre besonders milde und seifenfreie Reinigung, der pH-Wert 5,5 unterstützt den natürlichen Hautschutzmantel und macht empfindliche Haut widerstandsfähiger.

Insgesamt 39 Deoroller ohne Aluminium hat die Zeitschrift ÖKO-TEST in ihrer Juni-Ausgabe getestet. Der seamed Frische Deo 48h Roll-on überzeugte in Bezug auf Inhaltsstoffe und Wirksamkeit und bietet zuverlässigen Schutz für den ganzen Tag.

Diese Ergebnisse von ÖKO-TEST unterstreichen die Kompetenz von seamed, hochwertige Hautreinigungs- und Pflegeprodukte mit dem pH-Wert 5,5 zu entwickeln, die den Bedürfnissen empfindlicher Haut gerecht werden. —

ZWEISCHICHTBETRIEB IN PFALZFELD ERFOLGREICH ANGELAUFEN

**ERWEITERTER BETRIEB ERHÖHT PRODUKTIONSLEISTUNG UND
DECKT STEIGENDE NACHFRAGE**



**DER PRODUKTIONSSTANDORT PFALZFELD IST EIN POSITIVES
BEISPIEL FÜR DIE HOHE FLEXIBILITÄT UND DAS ENGAGEMENT DER
BELEGSCHAFT.**

Aufgrund der guten Auftragslage wurde im Mai 2024 vom Einschicht- auf den Zweischichtbetrieb umgestellt, was die Produktionszeiten verlängert und die Mengen des sebamed Seifenfreien Waschstücks sowie der Deodorants deutlich gesteigert hat. Seit dem Start am 13. Mai 2024 konnte die Auslastung der Syndetanlage optimiert und die Produktionskapazität verdoppelt werden. Sechs Mitarbeitende pro Schicht arbeiten in zwei Schichten von 6:00 bis 22:00 Uhr. Die Anlage erreicht bis zu 120 Takte

pro Minute und produziert dabei bis zu 5,4 Tonnen Masse. Dies sichert die effiziente Versorgung der steigenden Nachfrage. Auch in Norderstedt werden die Produktionsprozesse weiter optimiert, um die Nachfrage national und international zu erfüllen.

Die Einführung des Zweischichtsystems unterstreicht die Flexibilität und Leistungsfähigkeit des Standorts sowie das Engagement der Mitarbeitenden, die wachsenden Anforderungen zu bewältigen. —



Modernste Technik im Einsatz am sebamed Produktionsstandort Pfalzfeld

ERFOLGREICHES GMP-AUDIT BEI MAURER-PHARMA NORD

HÖCHSTE QUALITÄTSSTANDARDS BESTÄTIGT UND WEITERES POTENZIAL AUFGEZEIGT

**VOM 15. BIS 17. APRIL 2024 FAND BEI MAURER-PHARMA NORD
IN NORDERSTEDT DAS JÄHRLICHE GMP-AUDIT (GOOD MANUFACTU-
RING PRACTICE) STATT UND WURDE ERFOLGREICH ABGESCHLOS-
SEN.**

Dieses Audit, durchgeführt von der staatlichen Arzneimittelbehörde, stellt sicher, dass strenge Richtlinien bei der Herstellung, Prüfung, Verpackung und Lagerung eingehalten werden, um die höchsten Qualitätsstandards zu gewährleisten. Nach zweieinhalb intensiven Tagen

zeigte sich der Auditor sehr zufrieden. Besonders hervorgehoben wurden die saubere Infrastruktur in den Lager- und Abfüllbereichen, die gut organisierte Probenahme im Wareneingang sowie das strukturierte Management Review. Auch das Engagement und die Eigeninitiative der Belegschaft, insbesondere die Offenheit für neue Prozesse, wurden gelobt.

Maurer-Pharma Nord wird auch in Zukunft daran arbeiten, die hohen Qualitätsstandards nicht nur zu halten, sondern weiterzuentwickeln und die internen Abläufe noch effizienter zu gestalten, um den wachsenden Anforderungen gerecht zu werden. —

+++ KURZMELDUNG +++

**MAURER-PHARMA NORD UNTERSTÜTZT „AKTION RHEINLAND-PFALZ HILFT“ MIT EINER
SACHSPENDE U. A. VON SEBAMED DUSCHEN, CREMES UND SHAMPOOS IM WERT VON 1.000 EURO.**



Die Jubilarinnen und Jubilare bei ihren Feierstunden im März (oben) und im September (unten) 2024



BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT WIRD BEI SEBAPHARMA GROSSGESCHRIEBEN

SEBAPHARMA WÜRDIGT DIE TREUE UND DAS ENGAGEMENT LANGJÄHRIGER MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Am 14. März 2024 würdigte Sebapharma im Weinhotel Landsknecht am Rhein langjährige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ihre Loyalität und ihren Einsatz. Bei einem festlichen Abendessen in malerischer Umgebung zeichnete das Familienunternehmen insgesamt 20 Jubilarinnen und Jubilare aus, von denen elf persönlich an der Feier teilnahmen und für ihre zehn- bis vierzigjährige Betriebszugehörigkeit geehrt wurden. Personalleiter Christian Metzging bedankte sich herzlich bei den Jubilarinnen und Jubilaren des vergangenen Jahres für ihre Treue und ihr langjähriges Engagement. Bei gutem Essen in entspannter Atmosphäre nutzten die Gäste die Gelegenheit zum persönlichen Austausch.

Am 27. September 2024 fand eine weitere Feierstunde statt, bei der neun Jubilarinnen und Jubilare, die Sebapharma seit 30 oder mehr Jahren verbunden sind, für ihre Treue geehrt wurden. Auch hier betonte Christian Metzging in seiner Rede die zentrale Bedeutung der langjährigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den Erfolg des Unternehmens. Die Feier, an der auch Thomas Maurer, Vorsitzender der Geschäftsleitung, und Dr. Daniel Rothoef, Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung, teilnahmen, bot bei einem gemeinsamen Mittagessen die Möglichkeit zum vertieften Austausch. —

PERSONALNACHRICHTEN JANUAR – DEZEMBER 2024

NEU IM UNTERNEHMEN

- 01.01.24 Svetlana Wiens, Produktionshelferin
- 01.02.24 Tanja Grünewald, Sachbearbeiterin Export
- 01.02.24 Hanna Illichova, Mitarbeiterin Global Marketing Coordination
- 01.03.24 Björn Andres, Maschinen- und Anlagenführer
- 01.03.24 Mark Eich, Produktionsmitarbeiter Chemie
- 01.03.24 Michael Fischer, Instandhalter
- 01.03.24 Irina Heidinger, Produktionshelferin
- 01.03.24 André Mertes, Maschinen- und Anlagenführer
- 01.03.24 Mirsana Nezcic-Jogic, Produktionsmitarbeiterin Chemie
- 15.03.24 Andreas Kolb, Maschinen- und Anlagenführer
- 15.03.24 Manuela Kolb, Maschinen- und Anlagenführerin
- 01.04.24 Iliana Kanavaki, Produktentwicklerin F&E
- 01.04.24 Nastasia Sara Schifino, Junior Communication Managerin
- 01.04.24 Abdullah Alshweiki, Maschinen- und Anlagenführer
- 01.05.24 Angelina Krasteva, Maschinen- und Anlagenführerin
- 01.06.24 Selina Hasselbach, Kauffrau Produktions- und Fertigwarenmanagement
- 15.06.24 Milita Bhar, Sachbearbeiterin Kreditorenbuchhaltung
- 15.06.24 Markus Laug, Objektschutz

F&E = Forschung & Entwicklung

- 15.06.24 Jasmin Pfeifer, Kauffrau Produktions- und Fertigwarenmanagement
- 01.07.24 Raphael Behr, Dualer Student
- 01.07.24 Patrice Bogula, Azubi Industriekaufmann
- 01.07.24 Jan Dietrich, Werkstudent HR
- 01.08.24 Svenja Boldt, Managerin Product Development
- 01.08.24 David Brester, Azubi Industriekaufmann
- 01.08.24 Mirco Fink, Systemadministrator EDV
- 01.08.24 Alia Gipp, Azubi Industriekauffrau
- 01.08.24 Daniel Sawallisch, Azubi Industriekaufmann
- 01.08.24 Jens Wedemeyer, Personalreferent
- 01.08.24 Ludmila Anisimov, Chemielaborantin
- 01.08.24 Iuliana Sallai, Produktionshelferin
- 01.09.24 Björn Binder, Systemadministrator EDV
- 01.09.24 Astrid Modex, Sachbearbeiterin Export
- 01.09.24 Rainer Nimtz, Maschinen- und Anlagenführer
- 15.09.24 Emely Kramm, Werkstudentin HR
- 01.10.24 Johann Christoph Bergfort, Key Account Manager
- 01.10.24 Janna Kubelka, Spezialistin Personalbetreuung
- 01.10.24 Hümeyra AyseTirink, Produktionshelferin

HR = Human Resources, EDV= Elektronische Datenverarbeitung

20-JÄHRIGE FIRMENZUGEHÖRIGKEIT

- 01.02.04 Thomas Wagner, Objektschutz

30-JÄHRIGE FIRMENZUGEHÖRIGKEIT

- 01.03.94 Rainer Scholl, Konfektionierung
- 25.04.94 Anita Metz, Lager
- 01.08.94 Sandra Reitz, Export
- 14.09.94 Maria Bechtold, Konfektionierung

35-JÄHRIGE FIRMENZUGEHÖRIGKEIT

- 01.04.89 Marion Nikolai, Einkauf, Verp./Büromat.
- 01.08.89 Ute Hallermann, Kundenservice
- 01.08.89 Angela Schulze, Vertrieb D-A-CH
- 01.12.89 Marianne Boos, Empfang

40-JÄHRIGE FIRMENZUGEHÖRIGKEIT

- 01.08.84 Jutta Galeazzi, Fertigsteuerung

45-JÄHRIGE FIRMENZUGEHÖRIGKEIT

- 01.09.79 Angelika Bartelmess, Finanzbuchhaltung
- 01.09.79 Ellen Sterzenbach, Fuhrpark/Service
- 01.09.79 Christine Buch-Klauer, Kundenservice

IMPRESSUM

MED. WISS. BERATUNG: Dr. Michaela Arens-Corell
REDAKTION UND LAYOUT: Jeschenko MedienAgentur Köln GmbH, PBL Milk GmbH
FOTOS: Sebapharma GmbH & Co. KG (01-12), Shutterstock (4), Loreley Touristik (8), Ökotest (10)
VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT: Nastasia Sara Schifino, Martina Leners
HERAUSGEBER Sebapharma GmbH & Co. KG, Binger Str. 80, 56154 Boppard, Info-Telefon: 06742 / 900 0



Scannen, um zum E-Paper zu gelangen
WWW.SEBAMED.DE

