



tetesept erreicht die 100-Millionen-Euro-Umsatzgrenze Erfolgreiches Jahr 2016 für Merz Consumer Care GmbH

Frankfurt am Main, 14. März 2017 – Mit einem deutlichen Ausrufezeichen hat die Merz Consumer Care das Jahr 2016 beendet: Erstmals ist es gelungen, mit der Marke tetesept 100 Millionen Euro Umsatz im Mass Market Deutschland¹ zu generieren. Der Erfolg basiert auf einem zweistelligen Wachstum gegenüber dem Vorjahr und der Tatsache, dass tetesept in beiden für die Marke relevanten Kategorien OTC sowie Badezusätze stärker als der Markt wachsen konnte. Einen weiteren Beitrag leistete die neue Schwestermarke „t: by tetesept“ zuletzt mit dem Launch der Duschen im Herbst 2016.

Merz Consumer Care GmbH
Johanna Hauptenbuchner
Öffentlichkeitsarbeit
Eckenheimer Landstraße 100
D-60318 Frankfurt am Main
Tel + 49 69 1503-266
Fax + 49 69 1503-9266

www.merz.de
www.tetesept.de

Im aktuellen rollierenden Jahr per Januar 17 erreicht tetesept auf Markenebene im OTC Mass Market die Position 2, vor Wettbewerber Abtei². „Im OTC-Geschäft sind die Vitamine und Mineralstoffe der größte Wachstumshebel für die Marke tetesept“, erläutert Frank Baldauf, Geschäftsführer der Merz Consumer Care. „Hier ist es uns mit tetesept B12 Vita-Kick gelungen, einen Blockbuster im Mass Market zu platzieren, aber auch das Spezialprodukt tetesept Femi Baby konnte sich sehr erfolgreich im Markt etablieren. Gerade dieses Produkt zeigt, dass die Verbraucher der Marke tetesept auch bei sensiblen Themen viel Kompetenz zutrauen und in die Qualität der Marke vertrauen.“

Im Bädermarkt ist tetesept die Top-2-Marke mit 15,2 % Marktanteil (Wert) und einer überproportional positiven Entwicklung³. Entscheidend hierfür war der erfolgreiche Markenaufbau und -ausbau der Schwestermarke t: by tetesept. Diese neue Marke nutzt das Qualitätsversprechen der Marke tetesept, steht aber für einen zeitgemäßen Lifestyle, bei dem statt des medizinischen Nutzens der bekannten tetesept-Badekonzentrate und Gesundheitsprodukte das Vergnügen und die hochwertige Ästhetik im Vordergrund stehen.

Geburtsstunde der neuen Schwestermarke war der vielversprechende Launch der Schaumbad-Range im Herbst 2015. Erweitert wurde das „t: by tetesept“-Sortiment zu Beginn des Jahres 2016 um Badesalze im angesagten Postkartenstil, die für weiteren Aufschwung im Markt sorgten. Im vergangenen Herbst gelang mit dem Einstieg von t: by tetesept in den Massenmarkt Duschen ein weiterer Meilenstein im Markenausbau in den Daily-Use-Bereich. Bereits im ersten Kalenderjahr erzielten die „t: by tetesept“-Produkte einen Umsatz von über 7 Millionen Euro³. Rückenwind erhielt die neue Marke durch eine massive 360-Grad-

¹ Quelle: Nielsen markettrack, LEH+DM, MAT per Dez. 2016 (o. KW53)

² Quelle: Nielsen markettrack, LEH+DM o. A/L/N, MAT per Jan. 2017 (o. KW 53)

³ Quelle: Nielsen markettrack, LEH+DM o. A/L/N, MAT per Dez. 2016 (o. KW 53)



Kommunikationskampagne – u. a. TV, Print, klassische Online-Formate sowie Social-Media-Aktivitäten, Touchpointsamplings und eine Vielzahl an aufmerksamkeitsstarken POS-Aktionen.

Die Merz Consumer Care GmbH erzielte im Kalenderjahr 2016 einen Gesamtumsatz von 110 Millionen Euro und konnte mit diesem Ergebnis um +16% versus 2015 wachsen¹.

Auch für das Jahr 2017 hat sich die Merz Consumer Care Einiges vorgenommen, erzählt Frank Baldauf: „Unser Ziel ist es, den straffen Wachstumskurs beizubehalten. Hierzu werden wir erfolgreiche Produkte weiter stärken sowie neue, innovative Produkte auf den Markt bringen. Ein wesentlicher Fokus wird weiterhin auf der Marke t: by tetesept liegen, die wir mit Neuprodukten ab Frühjahr 2017 weiteren ausbauen.“ Gleichzeitig wird das hohe Mediapvestment in Markenaufbau und -bekanntheit fortgeführt unter noch stärkerer Berücksichtigung von Social-Media-Aktivitäten.

Über tetesept / t: by tetesept

tetesept hat sich als Marke der Merz Consumer Care GmbH in den vergangenen 50 Jahren zu einer der führenden Gesundheits- und Wohlfühlmarken im Mass Market entwickelt. Das tetesept Sortiment umfasst eine große Vielfalt an Badezusätzen, Erkältungs- und Selbstmedikationspräparaten sowie Vitaminen & Mineralstoffen. Seit 2015 ergänzt die Lifestyle-Marke t: by tetesept das Sortiment mit Premium-Schaumbädern, Badesalzen und Duschen. Die Produkte schenken Freude sowie Genuss und schmücken das Bad. Gleichzeitig bieten sie die bekannte Qualität der Traditions-Marke tetesept.

Über die Merz-Pharma-Gruppe

Mit rund 3.000 Mitarbeitern und 34 Tochtergesellschaften ist Merz einer der weltweit führenden Anbieter im Bereich Ästhetik und Neurotoxine. Die eigene Forschung und Entwicklung, eine solide Finanzstärke und kontinuierliches Wachstum zeichnen das Unternehmen aus, das seit mehr als 100 Jahren in Privatbesitz ist. Neben einem einzigartigen Portfolio von Produkten zur minimal- und nicht-invasiven Hautverjüngung und Hautstraffung entwickelt Merz auch Neurotoxine zur Behandlung neurologisch bedingter Bewegungsstörungen. Rezeptfreie Medikamente, Nahrungsergänzungsmittel und Hautpflegeprodukte komplettieren die Angebotspalette des Unternehmens mit Sitz in Frankfurt am Main. Im Geschäftsjahr 2015/16 erzielte die Merz-Pharma-Gruppe einen Umsatz von 1.092,9 Mio. Euro. Weitere Informationen unter: www.merz.de.

Ansprechpartner:

Merz Consumer Care GmbH
Johanna Hauptenbuchner
Öffentlichkeitsarbeit
Eckenheimer Landstraße 100
60318 Frankfurt
Tel.: 069 1503-266
E-Mail: johanna.hauptenbuchner@merz.de

¹ Quelle: Nielsen markettrack, LEH+DM, MAT per Dez. 2016 (o. KW53)

² Quelle: Nielsen markettrack, LEH+DM o. A/L/N, MAT per Jan. 2017 (o. KW 53)

³ Quelle: Nielsen markettrack, LEH+DM o. A/L/N, MAT per Dez. 2016 (o. KW 53)