



Gemeinsam stark: o.b.® Tampons wieder voll lieferfähig in allen Verpackungsgrößen



Tamponverpackungen in der Wuppertaler o.b.® Produktion

Wuppertal, 7. Juli 2022 – Nachdem die Flutkatastrophe im Sommer 2021 auch die o.b.® Produktionsstätte in Wuppertal massiv beschädigt hatte, musste die Marke schnell und flexibel reagieren, um die im Jahr 2021 rund 5,8 Millionen* o.b.® Tampon-Käufer:innen in Deutschland weiterhin versorgen zu können. Denn die Produktion aus Wuppertal bedient 90 Prozent des deutschen o.b.® Tampon-Bedarfs. Zudem beliefert das Werk mehr als 40 Märkte in EMEA und Asien mit Frauenhygieneprodukten und ist einer der weltweit größten Produzenten von Tampons.

Mittlerweile ist die Lieferfähigkeit des Werks vollständig wiederhergestellt.

Dass heute wieder alle o.b.® Produkte in allen Varianten und Größen vom Band laufen, war nur im Zusammenspiel mit anderen Johnson & Johnson Consumer Health Standorten und dank des agilen Einsatzes der Mitarbeiter:innen möglich.



In enger Partnerschaft mit dem Handel konnte trotz eingeschränkter Kapazitäten die Verfügbarkeit von o.b.® Tampon-Produkten im Regal sichergestellt werden.

Als die Rekord-Regenfälle und die anschließende Flut im Sommer 2021 die Produktion in Wuppertal vollständig zum Erliegen brachten, war schnelles Agieren gefragt. Denn o.b.® Tampons sind für Millionen von Konsumentinnen ein essenzielles Produkt, das ihnen Schutz, Komfort und Freiheit während der Menstruation bietet. So reisten innerhalb von weniger als einer Woche nach der Überschwemmung 45 der rund 330 Mitarbeiter:innen des Wuppertaler Werks freiwillig zum kleineren o.b.® Produktionsstandort in Frankreich. Das Ziel: die verbleibenden Kapazitäten innerhalb des Produktionsnetzwerks der Marke maximal auszulasten.

„Die Wiederherstellung unseres Werks hier in Wuppertal ist bemerkenswert. Ebenso wie wir als Organisation zusammengestanden und als Team vor Ort einen Weg durch die Katastrophe gefunden haben. Wir haben uns der Herausforderung gestellt, und das Team hat eine fantastische Arbeit geleistet, um die Kapazitäten wiederaufzubauen und den Standort wiederherzustellen, auch wenn noch in manchen Bereichen gearbeitet wird“, erklärt **Fredrik Hedvall**, Geschäftsführer und Werksleiter in Wuppertal, Johnson & Johnson GmbH. *„Die Bereitschaft, so kurzfristig über Ländergrenzen hinweg zu kooperieren, ist nicht selbstverständlich und verdient unseren höchsten Respekt. Unsere Kolleg:innen haben sich mit Leidenschaft und Engagement für unsere Kunden und unsere Marke eingesetzt.“*

Wiederaufbau mit klarem Fokus auf Bedürfnisse von Konsumentinnen

Parallel wurde eine globale und funktionsübergreifende Arbeitsgruppe eingerichtet, um die wichtigsten Herausforderungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette anzugehen – in enger Zusammenarbeit mit internen und externen Partnern. Lieferanten unterstützten beispielweise bei der Produktverpackung, sodass sich die limitierten Kapazitäten in Wuppertal sehr schnell kompensieren ließen.



„Der enge und offene Informationsaustausch mit unseren Handelspartnern war ein entscheidender Erfolgsfaktor, um die Verfügbarkeit der o.b.[®] Produkte im Regal auch während der Wiederaufbauarbeiten unseres Wuppertaler Werks bestmöglich sicherzustellen. Das schließt größtmögliche Transparenz über Produktverfügbarkeiten und Lieferzeiten ein. Alle konnten somit von dem ganzheitlichen Ansatz profitieren, der die gesamte Lieferkette End-to-End berücksichtigt“, erklärt **Burkhard Anders**, Senior Commercial Director DACH Mass Market & General Manager Alpine, Johnson & Johnson Consumer Health.

Bereits drei Wochen nach der Überschwemmung lief die erste Verpackungslinie wieder. Weitere Maschinen wurden in der Produktionshalle angeschlossen und die Produktionskapazitäten schrittweise erhöht. Dabei standen höchste Qualitäts- und Sicherheitsstandards für die o.b.[®] Tampons stets im Fokus.

„Mit dem agilen Krisenmanagement und dem beispiellosen Einsatz unserer Mitarbeiter:innen unterstreicht die Marke o.b.[®] ihre konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Kunden und Konsumentinnen. Erfolgreich haben wir die Geschichte von o.b.[®] und unserem Tampon-Werk in Wuppertal weitergeschrieben und blicken gestärkt in die Zukunft unserer Marke“, sagt **Victor Geus**, Area Managing Director Central Europe, Johnson & Johnson Consumer Health.

Zukunftsorientierte und nachhaltige Weiterentwicklung

Ingenieure der Marke entwickeln die Technologien und Anlagen kontinuierlich weiter und passen sie auf die Anforderungen der Produkte an. Zur Prävention vor erneuten Überschwemmungen wurden nötige Sicherheitsvorkehrungen vorgenommen und kritische Produktionseinheiten auf räumlich höher gelegenen Ebenen installiert.

Zukunftsorientiert sind auch die Nachhaltigkeitsmaßnahmen: Schon vor dem Hochwasser wurde das Wuppertaler Werk mit Strom betrieben, der zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien stammt. Darüber hinaus hatte das Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) den Standort für sein vorbildliches Nachhaltigkeitsmanagement ausgezeichnet. Die Produktionsstätte leistet damit einen Beitrag zur Gesundheit des Planeten und der Menschen



– ganz im Sinne des ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatzes von Johnson & Johnson Consumer Health: der Healthy Lives Mission. Bis 2030 wird Johnson & Johnson Consumer Health weltweit 800 Millionen Dollar in die Healthy Lives Mission investieren und damit die Gesundheit von Menschen und die unseres Planeten verbessern – beides ist untrennbar miteinander verknüpft.

Im Jahr 1950 auf den Markt gebracht, steht die Marke o.b.[®] heute für Freiheit im Leben der Frauen. Dabei setzt die Marke wichtige Impulse: Zum Beispiel mit sozialen Aufklärungsprogrammen in Schulen, aber auch mit Produktinnovationen wie der Neuentwicklung der Produktlinie o.b.[®] ExtraProtect, die 2021 eingeführt wurde, und der ebenfalls 2021 eingeführten o.b.[®] Organic-Linie, deren Tampons zu 100 Prozent aus zertifizierter Bio-Baumwolle bestehen.

Über den Geschäftsbereich Consumer Health von Johnson & Johnson

Wir bei Johnson & Johnson Consumer Health streben danach, die Gesundheit der Menschen weltweit zu verbessern. Unsere Marken zählen zu den bekanntesten der Welt, und in Deutschland gehören NEUTROGENA[®], BEBE[®], LISTERINE[®], PENATEN[®], O.B.[®], REGAINE[®], NICORETTE[®] sowie zahlreiche weitere zu unserem Portfolio. Viele dieser Marken waren Pioniere ihrer Kategorie, in der sie heute führend sind, und bringen weiterhin lebensverbessernde Innovationen als Erste auf den Markt. Indem wir die Kraft der Wissenschaft mit den wichtigsten Erkenntnissen zu den menschlichen Bedürfnissen verbinden, helfen wir mehr als 1,2 Milliarden Menschen täglich dabei, ein gesünderes Leben zu führen – und das vom ersten Tag an.

Quellen:

* GfK Consumer Panel CP+ 2.0 Individual; Bruttostichprobe: 40.000 Individuen, 2021, o.b. Käufer in der Kategorie Tampons (n=4.956 Kategorie-Käufer); Das Panel ist als Individualpanel repräsentativ für alle Personen in Deutschland ab 18 Jahren, erfasst kontinuierlich und elektronisch die Einkäufe für den privaten Konsum und weist diese gewichtet und hochgerechnet aus.

Mehr zur Johnson & Johnson GmbH

www.jnjgermany.de

www.jnjgermany.de/nachhaltigkeit

und auf [LinkedIn](#)



Mehr zu o.b.® unter

www.ob.de/produkte

www.ob.de/die-marke-ob/geschichte

www.ob.de/die-marke-ob/nachhaltigkeit

www.ob.de/beratung/lehmaterialien-fuer-schulen-und-praxen

und auf [YouTube](#), [TikTok](#), [Facebook](#) und [Instagram](#)

Sie haben Fragen zu o.b.®? Kontaktieren Sie uns jederzeit.

Pressebüro Johnson & Johnson GmbH

c/o Ogilvy Public Relations GmbH

Völklinger Straße 33

40221 Düsseldorf

Tel.: +49 211 49700 74

E-Mail: pressebuero.jnj@ogilvy.com