

## Von der Apotheke zum globalen Kosmetikkonzern: 140 Jahre Shiseido

„Shiseido“ bedeutet „Preise die Tugenden der Erde, die neues Leben schenkt und neue Werte schafft.“ Diese Zeile aus einem Klassiker der asiatischen Literatur, umfasst die Philosophie von Shiseido als Unternehmen und als Marke.

### Shiseido's Wurzeln: Eine Apotheke im Tokioter Ginza-Viertel



Hinter der besonderen Erfolgsgeschichte von Shiseido stehen mehr als 140 Jahre Erfahrung in der Hautpflege. 1872 wurde das Unternehmen von dem Pharmazeuten Arinobu Fukuhara als erste Apotheke westlicher Prägung in Tokio gegründet. Bereits 1888 präsentierte Fukuhara mit „Fukuharas Sanitary Toothpaste“ die erste Zahnpasta in Japan, die sich schnell zum Bestseller entwickelte. Mit der revitalisierenden Gesichtslotion „Eudermine“ folgte 1897 das erste kosmetische Produkt mit wissenschaftlicher Formulierung in Japan. Das „rote Wasser“ wurde dank seiner beruhigenden und hydratisierenden Wirkung zu einem großen Erfolg und ist bis heute – unter stetig verbesserter Formulierung – erhältlich. 1997 lancierte Shiseido für das historische Erfolgsprodukt einen neuen, luxuriösen Glasflakon, gestaltet von Serge Lutens. 2012 präsentiert Shiseido eine limitierte Edition von Eudermine in dem historischen Flakon.



Neben kosmetischen Produkten präsentierte Arinobu Fukuhara auch die erste Eiscreme- und die erste Soda-Maschine Tokios in seiner Apotheke, die er bei einem Aufenthalt in den USA kennengelernt hatte. Aus diesen ersten Anfängen in der Gastronomie entwickelte sich ein ganzer Unternehmensbereich, aktuell betreibt Shiseido zwölf Shiseido-Parlour Restaurants mit Edel-Pâtisseries sowie drei mit Michelin-Sternen ausgezeichnete Restaurants in Japan.

### VKE Infodienst II / 2012 Shiseido und die Kunst

Shiseido wurde in kürzester Zeit auch für seine besondere Ästhetik und das außergewöhnliche Produktdesign bekannt. Shinzo Fukuhara, der Sohn von Arinobu Fukuhara, gründete bereits im Jahr 1916 die Shiseido Design-Abteilung. Hierfür engagierte er die begabtesten Studenten der Tokioter Kunsthochschule. Shinzo entwarf zudem persönlich das Markenemblem in Form einer Kamelie, welches noch heute die Produkte von Shiseido schmückt.

### Internationale Expansion

1923 eröffnete Fukuhara nach dem Vorbild amerikanischer Drogerie-Ketten zahlreiche weitere Shiseido-Apotheken in Japan. Das Wachstum des Unternehmens entwickelte sich rasant, neue Produktlinien werden stetig entwickelt. Ab 1957 begann die Internationalisierung: Shiseido exportiert seine Produkte nun auch nach Taiwan, 1965 erfolgt der große Schritt in die USA, ab 1968 wird Shiseido in einigen europäischen Ländern vertrieben.

1980 schließlich legt Shiseido das Fundament für den Erfolg in Deutschland und Zentraleuropa mit der Gründung der Shiseido Deutschland GmbH.

## Schönheit und Wohlbefinden

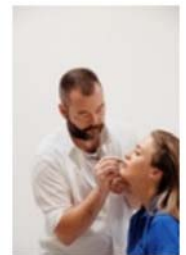


Shiseido ist als feste Größe im deutschen Kosmetikmarkt etabliert. Das Erfolgsrezept des Unternehmens liegt in der Philosophie von „Schönheit und Wohlbefinden“. So sind alle Produkte in ihrer Wirkung darauf ausgerichtet, die Harmonie von Geist und Körper zu fördern, allgemeines Wohlbefinden zu schaffen und gleichzeitig die Haut optimal zu pflegen. In den Bereichen Hautreinigung, Anti-Aging- und Augenpflege ist die Kompetenz des japanischen Kosmetik-Spezialisten besonders gefragt. Hier belegt Shiseido durchweg Spitzenplätze.

Auch Shiseido Makeup steht für luxuriöse, innovative Make-up Produkte, die zum kreativen Spiel mit Farben einladen. Artistic Director von Shiseido Makeup ist Dick Page, der seit 2007 für Kreation und Produktentwicklung der Linie verantwortlich ist.



Der Makeup-Artist gilt als einer der besten weltweit, seine Looks werden als außergewöhnlich kreativ, elegant, hinreißend und zeitlos beschrieben. Er erklärt: „Mein Ziel ist es, dass sich in Shiseido Makeup meine Idealvorstellung einer Makeup-Linie verwirkliche und ich Produkte entwickle, wie ich sie mir immer gewünscht habe: mit unglaublichen Farben und herrlichsten Texturen, also Kunst und Wissenschaft im kosmetischen Einklang.“



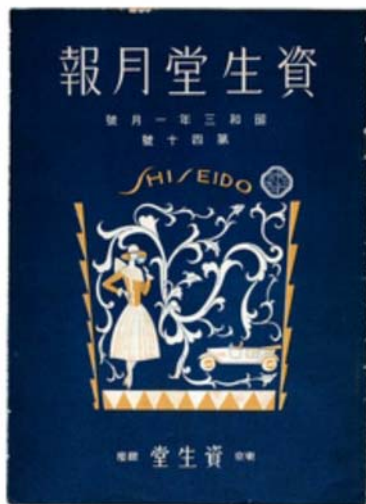
## Fernöstliche Philosophie und modernste Technologien



Shiseido beschäftigt weltweit rund 41.000 Mitarbeiter, davon fast 1.000 im Bereich Forschung und Entwicklung. Das umfassende Engagement des Konzerns in den zahlreichen Wissenschaften rund um körperliches und seelisches Wohlbefinden ist in der Kosmetikbranche einzigartig. Die Erkenntnisse der Shiseido-Wissenschaftler finden in der Fachwelt große Bedeutung, unter anderem arbeitet Shiseido eng mit einem Research Center an der renommierten Harvard University zusammen.

### **Schönheit bedeutet nicht nur gutes Aussehen, sondern umfassendes Wohlbefinden in jedem Alter**

- auf dieser einfachen, aber wesentlichen Grundüberzeugung beruht die Philosophie von Shiseido. „Mit dieser Philosophie und den einzigartigen Produkten wird sich Shiseido auch in Zukunft die Treue der Kunden verdienen“, so Vize-Präsident und Geschäftsführer Andreas Sistig.



140<sup>th</sup> Anniversary

VKE-KOSMETIKVERBAND · UNTER DEN LINDEN 42 · D-10117 BERLIN  
PHONE: +49 (0) 30.20 61 68-0 · Telefax: +49 (0) 30.20 61 68-720 · EMAIL: [INFO@KOSMETIKVERBAND.DE](mailto:INFO@KOSMETIKVERBAND.DE) · [WWW.KOSMETIKVERBAND.DE](http://WWW.KOSMETIKVERBAND.DE)

PRESSEBÜRO ANTJE BRÜNE · WESTFALENWEG 381 · D-42111 WUPPERTAL  
PHONE: +49 (0) 202.70 52 636 · EMAIL: [INFO@PRESSE-BRUENE.DE](mailto:INFO@PRESSE-BRUENE.DE)