Fallstudie Coppertone

Ausgangssituation

Im Mai 2019 wurden Beiersdorf Mitarbeiter über das hauseigene Intranet darüber informiert, dass Beiersdorf die Sonnenschutzmarke Coppertone in den USA erworben hatte. Eine historisch sehr interessante Marke, die in den USA zur Popular Culture gehört und seit Mitte der 1940er Jahre auf dem Markt ist. Bereits kurz nach der Bekanntgabe des Erwerbs wandte ich mich an die entsprechenden Kollegen der Rechtsabteilung und an die Kollegen in den USA, um die „Historical Records" zu sichern und in das historische Archiv in Hamburg zu überführen.

Erste Aktivitäten

Nach Rücksprache mit den verantwortlichen Kollegen in der Rechtsabteilung wurde schnell klar, dass historische Akten, Fotografien und Sammlungsgut nicht im Fokus der Vertragsverhandlungen standen und es dazu keine besonderen Vereinbarungen gab. Auf die Nachfrage hin, ob eine entsprechende Klausel in die Verträge Eingang finden könnte entgegnete man mir, dass dies natürlich vor Vertragsabschluss hätte passieren müssen, also zu jener Zeit, als die Verhandlungen über den Kauf der Marke noch nicht bekannt waren. Auch mir nicht.
Durch das gute Netzwerk in der VdW und auch über Verbindungen im ICA (SBL) wäre es für uns kein Problem gewesen mit dem vorherigen Inhaber der Marke und deren Archiv (das es glücklicherweise gab) schon zu diesem Zeitpunkt Kontakt aufzunehmen. Leider war dies Aufgrund der noch nicht in Gänze abgeschlossenen Verträge aber nicht möglich, d.h. ich mussten warten, bis alle Übergangsprozesse abgeschlossen waren, was weitere 2-3 Monate dauerte.

Die Suche

Nach einem freundlichen und informativen Austausch mit dem historischen Archiv des vorherigen Markeninhabers wurde schnell klar, dass es keine genaue Vorstellung über mögliche Bestände in den USA gab. Die Marke war zudem nur wenige Jahre im Portfolio des letzten Eigentümers gewesen und hatte auch zuvor mehrmals den Besitzer gewechselt, was die Suche nach Ansprechpartnern nicht leichter machte. Es gab allerdings doch noch einen hilfreichen Hinweis: Falls es Bestände geben sollte, könnten diese bei einem Archivdienstleister in den USA liegen, der mir genannt werden konnte.
Glücklicherweise hatte ich einen Vertreter dieses Dienstleisters einige Monate zuvor auf einer Tagung kennengelernt und hatte dadurch schnell einen Ansprechpartner vor Ort. Leider erwies sich diese Spur als Sackgasse. Der amerikamische

Dienstleister hatte das gesamte Archivmaterial zwar grob verzeichnet und bearbeitet, jedoch nach dieser Arbeit wieder an den Eigentümer zurückgegeben. Leider war dies im Mutterhaus aber niemandem bekannt. Eine erneute Nachfrage bei dem Archivdienstleister ergab dann aber zumindest eine Ansprechpartnerin. Diese hatte allerdings den Job gewechselt und war nicht mehr im Lande. Trotzdem konnte der Kontakt hergestellt werden und es wurde ein Mitarbeiter benannt, der sich mit der Materie auskennen sollte. Ich war gespannt.

Gefunden!

Nach einigen Versuchen war auch der Kontakt zu dem „wissenden" Mitarbeiter in den USA hergestellt, der dem Mutterhaus leider gänzlich unbekannt war. Und dies war ein Treffer. Der nette Kollege aus den USA war voll im Bilde und konnte das Material (das nun bei einem weiteren Dienstleister in den USA lagerte) benennen und sogar im Vorwege Listen und Digitalisate der Markenunterlagen (vornehmlich Produktverpackungen, Werbekommunikation und Werbefilme) liefern.
Wir einigten uns das Material zur Marke komplett zu übernehmen und einen Transport in Richtung Hamburg zu veranlassen. Aufgrund von verschiedentlichen bürokratischen und zollrechtlichen Hindernissen und der einsetzenden Pandemie zog sich das gesamte Vorhaben aber noch weiter in die Länge, sodass wir nach etwa 1 ½ Jahren das gesamte Material in das historische Beiersdorf Archiv integrieren konnten. Zwischenzeitlich war noch die Hälfte der Lieferung bei der beauftragten Airline „verloren gegangen", jedoch nach einigen Monaten wiederaufgetaucht.

Was wir gelernt haben

- Eine grundsätzliche **Sensibilisierung der M&A Abteilung und der entsprechenden Kollegen in der Rechtsabteilung im Vorwege** eines Marken/Unternehmensankaufs sind dringend empfohlen. Wenn die Information über einen Zukauf im Unternehmen veröffentlicht wird ist eine Anpassung der Verträge meist nicht mehr möglich
- Die **zollrechtlichen Regelungen** und ggf. die Regelungen **zur Ausfuhr/Einfuhr von potenziellem Kulturgut** (je nach Art der Übernahme) sollten bekannt sein, bzw. die entsprechenden Kollegen sollten früh einbezogen werden.
- Eine Übernahme aus dem Ausland kann sich **sehr langwierig** gestalten. Nicht aufgeben und **am Ball bleiben.**
- **Die globale Archivcommunity ist hilfsbereit, freundlich und lösungsorientiert**. Wir haben hier mit den Kollegen aus dem Ausland nur gute Erfahrungen gemacht.
- Netzwerke wie die **VdW und ICA sind Gold wert**!

Was wir daraus gemacht haben

- Beiersdorf Chronicle 09, Coppertone – Eine amerikanische Markenikone, ein Heft zur Geschichte der Marke Coppertone für die Beiersdorf-Mitarbeiter weltweit.

Durch die sofortige Einbindung des neuen Bestandes zu Coppertone in unserer CHRONICLE Publikation konnte der „Nutzen“ eines historischen Archivs einmal mehr herausgestellt werden, auch in kommunikativer Hinsicht.

Thorsten Finke
Beiersdorf AG