

Forschung in Deutschland


„German Innovation Center“ (GIC)

Wir forschen für:

- Babys Wohlbefinden
 - Perfekte Haarentfernung und rundum gepflegte Zähne
 - Schönes Haar
-
- Ca. 1000 der weltweit insgesamt 9000 P&G Forscher arbeiten im GIC
 - Größter P&G Forschungsstandort außerhalb der USA
 - Mitten in Deutschland, im Rhein Main Gebiet, wird in den Bereichen Haarpflege, Haarentfernung, Mundpflege, Babypflege und Damenhygiene geforscht.
 - Durch die räumliche Nähe der Standorte können campusübergreifende Kooperationen verwirklicht und Synergien gehoben werden. Nicht nur Fachwissen kann disziplinübergreifend genutzt werden sondern auch kostenintensive Geräte, z.B. ein Rasterelektronenmikroskop.



P&G



P&G Unternehmenskommunikation

Petra Popall

Tel.: +49 (0) 61 96/89 - 4577

E-Mail: unternehmensinfo.im@pg.com

Procter & Gamble Germany GmbH & CO Operations OHG

Sulzbacher Straße 40-50

65824 Schwalbach am Taunus

www.de.pg.com

www.pg.com

www.pgcareers.com

©2009 Procter & Gamble

Touching lives, improving life. **P&G**™

Babys Wohlbefinden

Der Verbraucher im Mittelpunkt: 300 Besucher kommen täglich in die **Konsumgüterforschung**. Hier werden neue Windeln zum Test abgeholt und mitunter auch gebrauchte zurückgebracht. Damit eine neue Generation der Höschenwindel entstehen kann.



Damenhygiene,
Babypflege, Tampons,
Slipeinlagen, Höschenwindeln,
Feuchttücher

Die manuelle **Prototypenfertigung** ist einer der ersten Schritte bei der Umsetzung neuer Ideen zur Produktentwicklung. Deshalb ist hier noch Handarbeit gefragt.



Marken:

Pampers, Kandoo, Always, Alldays

In den **Produktprüflaboren** werden Bewegungen des Babys simuliert und vielfach die Stabilität des Materials und die Funktionsweise der Windel überprüft.



Wissenswert:

Der Standort Schwalbach ist P&Gs global führendes Zentrum für die Entwicklung von Flüssigkeiten absorbierenden Technologien, insbesondere für Windeln und Damenhygieneprodukte.

1200 Familien haben sich in einem Panel registriert, um die neuesten Innovationen zu testen. Entweder zu Hause oder auch im hauseigenen Spielplatzlabor.

Das dermatologische Labor liefert wichtige Erkenntnisse für die Forscher in puncto Hautparameter.

So sieht ein Baby die Welt: Speziell eingerichtete Räume vermitteln den Forschern einen Eindruck davon, wie **die Welt mit Babys Augen** aussieht. Stühle und Tische sind riesig, der Fußboden erscheint instabil, schließlich sind Babys Beine noch nicht so standfest. Warum gibt es bei uns so etwas? Weil Forscher genau wissen müssen wie ihre kleinen Verbraucher sich fühlen.



Hautfeuchtemessung: Der Basiswert am Oberschenkel wird mit dem Wert in der Windel verglichen. Es wird bei verschiedenen Windeln getestet welche die trockenste ist. Um so trockener um so weniger Hautirritationen.



Windeln im Vergleich: Windel von heute (rechts) im Vergleich zu einer Windel aus dem Jahr 1973 (links)



Der Verbraucher im Mittelpunkt:
Im **Zentrum für Verbraucher- und Produktforschung** stehen auf einer Fläche von über 500 m² Möglichkeiten zur Verfügung, die detaillierten Bedürfnisse und Vorstellungen der Verbraucher in den Produktentwicklungsprozess von Rasierern, Epilierern, Zahnbürsten, Bügeleisen, Stabmixern und Kaffeemaschinen bereits frühzeitig einzubinden.



Das Geräusch, das ein Produkt macht, soll leise sein, aber es soll auch Aussagen über die Funktion und Produkteigenschaften geben. Akustik zum Anschauen gibt es im **Geräuschelabor**.



Warum muss der **Zahnputzroboter** von früh bis spät Plaqueersatzstoff von künstlichen Gebissen entfernen? Damit später beim Verbraucher jeder Handgriff sitzt und das Zähneputzen mit den besten Ergebnissen vonstatten geht.



Hält die Rasur was der elektrische Rasierapparat verspricht? Gibt es auch beste Ergebnisse bei Hautirritationen?

Mit Hilfe von 30fach vergrößerten Videoaufnahmen und **Lasertechnik** können die Wissenschaftler feststellen, ob das Produkt das Ergebnis liefert, welches der Verbraucher sich wünscht.



Computertomographie (CT) gibt es nur im Krankenhaus? Weit gefehlt. Das System wird zur Qualitätskontrolle der komplexen Braun Geräte eingesetzt. Das Prinzip erfordert eine komplette 360 Grad Drehung des Objekts, wobei ständig Einzelbilder erzeugt werden. Aus dieser gigantischen Datenmenge wird ein Volumenmodell des Bauteils berechnet. So gewährleistet die neue Messmethode ein virtuelles, zerstörungsfreies Aufschneiden der Objekte und exakte Einblicke in jeden Winkel.



Haarmodel: Sasha Breuer, Top-Hairstylist, frisiert ein Haarmodel mit einem Braun Glätteisen.



Perfekte Haarentfernung und rundum gepflegte Zähne

Mundpflege, Haarpflege und -entfernung, Haushaltsgeräte, elektrische und manuelle Zahnbürsten, Rasierapparate (nass und trocken)

Marken:

Braun, Oral-B, Silk-epil, Gillette

Wissenswert:

Am Standort Kronberg arbeiten nicht nur 450 Forscher an der Entwicklung innovativer Produkte – hier wird auch alle zwei Jahre der Braun Preis verliehen.

Dieser international viel beachtete Design Wettbewerb ist offen für Industrie-Design Studenten und solche, die in den vergangenen 24 Monaten ihr Studium bereits abgeschlossen haben. Die letzte Verleihung des Preises an den Design Nachwuchs hatte am 16. September 2009 stattgefunden.

Schönes Haar

Wie viel Reibung entsteht beim Kämmen?
Wie sehr wird das Haar strapaziert?
Wie kann das Haar geschützt werden?
Einige Antworten darauf liefert der **Kämmroboter**.



Volumentest: Der Volumentest dient zur Ermittlung des Haarvolumens nach Produktbehandlung sowie der Volumenleistung und –persistenz. Wie stabil ist feines oder kräftiges Haar? Wann reißt es? Um auch diese Werte zu bekommen werden Haarmessungen in verschiedenen Labors mit Hilfe von speziell entwickelten Testmethoden durchgeführt.



Haarpflege – Styling,
Frisörprodukte,
Farbe

Marken:

Wella, Pantene Pro-V, head&shoulders, Wellaflex,
SP, Lifetex, Koleston, Sebastian, Vidal Sassoon

Wie ist das Haar aufgebaut?
Welche Schäden nimmt es?
Wie weit kann Haarstruktur geschützt oder repariert werden? Um darüber Aufschluss zu erhalten werden Haarmessungen mit Hilfe von Lichtmikroskopie oder **Elektronenmikroskopie** durchgeführt.



Der Verbraucher im Mittelpunkt:
In den **Testsalons** müssen Haarpflege- und Styling-Produkte sowie Farben vor den Experten, den Frisören, genauso bestehen wie vor den Verbrauchern.



Wissenswert:

Der Standort Darmstadt mit etwa 300 Mitarbeitern in Forschung & Entwicklung ist integraler Bestandteil eines globalen Netzwerkes von Beauty Excellence Centern bei P&G und hat den Schwerpunkt Haarstyling und Professional (Frisör) Produkte.

Innerhalb dieses globalen Netzwerkes können Wissenschaftler aus aller Welt ihre verschiedenen kulturellen und wissenschaftlichen Hintergründe nutzen um die Innovationen zu entwickeln, die den Verbrauchern größtmöglichen Nutzen bringen.

Verschiedene Ansprüche müssen dabei berücksichtigt werden, denn die Haareigenschaften, die Styles, und die Produkterwartungen weichen in verschiedenen Regionen der Erde von einander ab.

Die fundamentale wissenschaftliche Forschung und vielfältige und enge Zusammenarbeit mit Frisören haben in Darmstadt Tradition. Die Frisöre profitieren von Wellas langjährigem Wissen und wir bekommen wertvolle Rückmeldungen zu den Gebrauchseigenschaften unserer Produkte.

Haare und Schönheit im Lauf der Jahrtausende von den alten Ägyptern bis zur Neuzeit im **Wella Museum**.



Schulung: In Darmstadt werden auch regelmäßige **Schulungen für Frisöre** durchgeführt, sowie Prüfungen und Ausscheidungen abgehalten, sowie die **neuesten Haartrends** mitentwickelt.

