

Beiersdorf

CHRONICLE

14



tesa

130 Jahre Klebebandtechnologien

Vom Pflaster zum technischen Klebeband

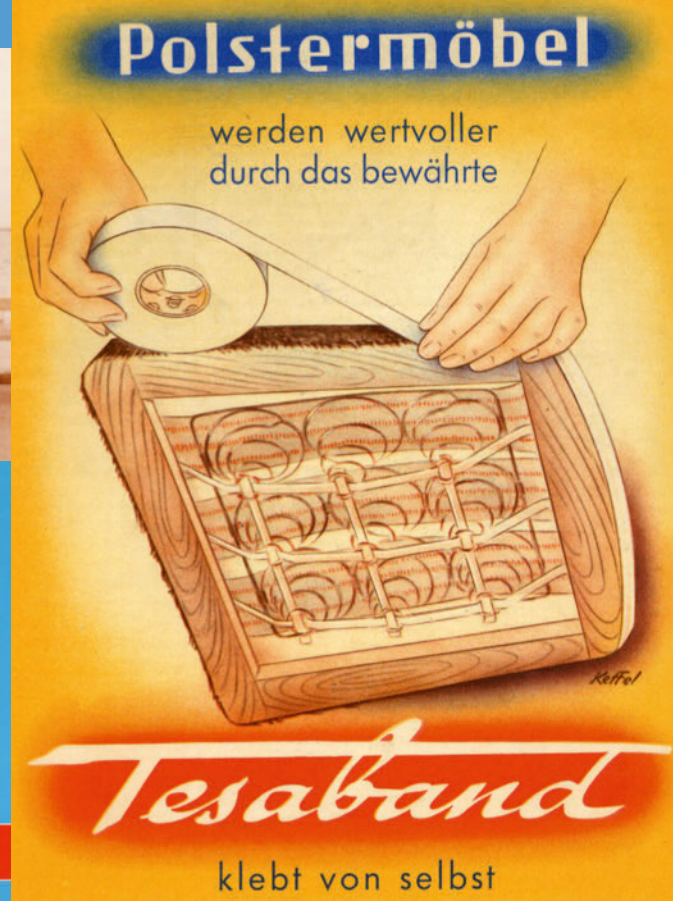
Wie aus medizinischer Forschung eine neue Branche entstand

Mitunter beginnen Erfolgsgeschichten ganz unscheinbar – nicht als geplante Innovation, sondern als Nebenprodukt einer ganz anderen Suche. Genau so war es auch bei der Entwicklung der Klebebandtechnologien bei Beiersdorf. Diese Geschichte begann in den 1890er-Jahren in den Laboren von Dr. Oscar Troplowitz mit der Zielsetzung, Heftpflaster zu verbessern.

Der Fokus lag auf dem Bedürfnis der Anwender*innen: hohe Klebkraft bei gleichzeitig guter Hautverträglichkeit. Einer der Versuche haftete besonders stark, erwies sich in puncto Verträglichkeit jedoch als ungeeignet. Gerade in der starken Haftkraft lag aber auch eine Chance. So entstand aus der Suche nach einer besseren Lösung für Anwender ein neuer Gedanke: Klebeeigenschaften nicht nur therapeutisch zu nutzen, sondern gezielt als technische Lösung für praktische Anwendungen weiterzuentwickeln. Das weltweit erste technische Klebeband war entstanden. Produkte wie „Cito“ 1896 und später das „Lassoband“ 1906 zeigten früh, dass ihr Nutzen weit über den medizinischen Kontext hinausging. Sie boten konkrete Lösungen zum Verschließen, Verbinden und Organisieren im Alltag von Kund*innen in Labor, Werkstatt und Industrie.

In den folgenden Jahrzehnten blieb dieses Geschäft allerdings zunächst ein Randbereich. Erst in den 1930er-Jahren erhielt es den entscheidenden Impuls, als Hugo Kirchberg ein neues Verständnis von Klebebandtechnologien ins Unternehmen brachte: Er rückte die Anwendung in den Mittelpunkt und entwickelte konkrete Lösungen für industrielle und alltägliche Anforderungen. In dieser Phase wurde auch der Name „tesa“, der bereits Jahre zuvor geprägt worden war, gezielt für das Klebebandgeschäft eingesetzt. Produkte wie der transparente „Tesa-Klebefilm“, später bekannt als tesa film, oder das „Tesa-Klebekrepp“ machten Kleben erstmals zu einem selbstverständlichen Teil der Arbeit in Büro, Haushalt und Industrie.

Diese Ausgabe erzählt die Geschichte eines Perspektivwechsels: Sie zeigt auf, wie aus einem Nebenprodukt eine eigene Produktwelt entstand, aus der sich im Lauf der Jahrzehnte parallel zum Consumer-Bereich ein globales Industriegeschäft entwickelte, das heute den Großteil des Umsatzes von tesa ausmacht.





„Wir sind zwar nicht der Meinung, dass Ihr Vorschlag für uns von Bedeutung sein kann ...

Beiersdorf-Vorstand Christoph Behrens am 24.01.1934 an Hugo Kirchberg

... trotzdem hätten wir uns gern mit Ihnen unterhalten.“

Mit dieser Antwort auf eine Initiativbewerbung vom 16. Januar 1934 begann ein neues Kapitel in der Geschichte des Geschäfts mit technischen Klebebändern bei Beiersdorf. Der Bewerber, ein junger Industriekaufmann namens Hugo Kirchberg, wurde eingestellt – und veränderte den Bereich in der Folge grundlegend.

*Er professionalisierte Strukturen und Abläufe, schärfte den Marktauftritt und rückte den praktischen Nutzen der Klebebänder für Kund*innen und Anwendungen stärker in den Mittelpunkt. So formte er aus einem kleinen Unternehmensbereich eine tragende Säule für Beiersdorf. Für das neue Geschäftsfeld griff er auf einen bereits geschützten Markennamen zurück: tesa.*



Links: Die erste Anzeige für „Cito“, Deutschland, 1890er-Jahre
 Rechts: 1906 erhielt das technische Klebeband den einprägsamen Namen „Lassoband“.

Text: Thorsten Finke/Daniel Wallburg

>> Die Geschichte der technischen Klebebänder bei Beiersdorf begann nicht als geplante Innovation, sondern als Nebenprodukt medizinischer Forschung. In den 1890er-Jahren arbeitete Oscar Tropolowitz intensiv daran, Heftpflaster weiterzuentwickeln: Er wollte eine hohe Klebkraft erreichen, ohne dabei die Haut zu reizen. Auf dem Weg zu diesem ehrgeizigen Ziel verbrachte er etliche Jahre mit chemischen und materialtechnischen Experimenten.

Im Rahmen dieser Arbeiten entstand 1896 ein Pflaster mit außergewöhnlich starker Haftkraft. Für die menschliche Haut war es kaum geeignet – dennoch erkannte Tropolowitz das technische Potenzial dieser Entwicklung. Was ursprünglich darauf angelegt gewesen war, eine medizinische Herausforderung zu lösen, hatte zu einer völlig neuen Anwendungsidee geführt:

Die Idee des technischen Klebebands war geboren. Unter dem Namen „Cito – Sport-Heftpflaster“ wurde das Produkt zunächst Sportler*innen und Reisenden empfohlen. Sein Nutzen war klar benannt: Fahrradreifen abdichten, Verbände fixieren, Materialien verbinden. Bald verkürzte sich der Name zu „Cito“, was den Übergang von der therapeutischen zur funktionalen Nutzung von Klebetechnik markierte: Nun stand nicht mehr der Körper im Mittelpunkt, sondern die Fähigkeit, Dinge dauerhaft und zuverlässig zusammenzuhalten. Diese Perspektive dachte man 1906 weiter. Mit dem „Lassoband“ brachte Beiersdorf ein farbiges, vielseitig einsetzbares Klebeband auf den Markt. Die zugehörige Kommunikation pries es vorwiegend für den Gebrauch im Laboratorium an – es eigne sich dafür, Gefäße zu verschließen, Proben zu kennzeichnen oder wissenschaftliche Arbeitsprozesse zu ordnen. Sprachlich bewegte man sich bewusst in seinem vertrauten

wissenschaftlichen Umfeld und verortete das Produkt zunächst dort, wo es der eigenen Fachkunde am nächsten schien.

Tatsächlich reichten die Einsatzmöglichkeiten aber deutlich weiter. Viele zusätzliche Anwendungen entdeckte nicht das Unternehmen selbst, sondern seine Kundschaft: Sie nutzte das Lassoband, um Verpackungen zu sichern – oder schlicht als praktisches Hilfsmittel im Arbeitsalltag. So löste sich die Klebetechnik schrittweise aus dem Laborkontext und entwickelte sich zu einem universellen „Werkzeug“ in Werkstätten, Betrieben und Büros.

Cito und Lassoband begründeten damit ein neues – wenn auch zunächst kleines – Geschäftsfeld innerhalb des Unternehmens. Technische Klebebänder wurden zwar als eigene Produktkategorie wahrgenommen, blieben jedoch ein Nebengeschäft, das im Jahr 1912 weniger als 2 Prozent des Gesamtumsatzes bestritt. Beiersdorf verstand sich weiterhin vor allem als Pflaster- und Kosmetikunternehmen; die strategische Bedeutung der neuen Klebelösungen hatte man zu diesem Zeitpunkt noch nicht vollständig erkannt.

Nach dem Ersten Weltkrieg gewann das Segment allmählich an Bedeutung, und der Umsatzanteil erhöhte sich auf über 5 Prozent. Industrialisierung, Rationalisierung und neue Verpackungsanforderungen erhöhten den Bedarf an zuverlässigen Verschlusslösungen. Arzneimittelhersteller ebenso wie Süßwarenfabriken nutzten Klebebänder, um ihre Dosen sicher und luftdicht zu verschließen. Die technologische Basis war vorhanden – doch es fehlte noch an Struktur, Vermarktung und strategischer Ausrichtung. Es gab weder Preislisten noch spezifische Prospekte oder geschulte Vertreter im technischen Außendienst, die die besonderen Eigenschaften der Klebebänder hätten vermitteln können.



In bedruckten Varianten erreichte Beiersdorf mit dem „Lassoband“ erste Industriekunden. Deutschland, 1934

HINTERGRUND

Der Name tesa

Der Markenname tesa gehört heute selbstverständlich zur Welt der Klebebandtechnologien. Seine Herkunft ist jedoch überraschend persönlich. Bereits vor dem Ersten Weltkrieg entwickelt die Beiersdorf-Mitarbeiterin Elsa Tesmer einen Kunstbegriff, indem sie Buchstaben ihres eigenen Namens neu kombiniert. „tesa“ ist also kein technisches Kürzel, sondern ein früher, persönlich geprägter Markenname. Schon 1908 lässt Beiersdorf ihn rechtlich schützen, er bleibt jedoch zunächst ohne klare Zuordnung.

In den folgenden Jahren kommt er nur vereinzelt zum Einsatz, etwa für eine patentierte Zahnpasta-Tube oder später sogar für eine neuartige Tauchmasse zur Umhüllung von Wurstwaren. Weil sich aber keines dieser Produkte dauerhaft am Markt etablieren kann, verschwindet der Name vorerst wieder. Erst 1936 kommt es zur entscheidenden Verbindung: Hugo Kirchberg, der das Klebebandgeschäft bei Beiersdorf aufbaut, wählt tesa bewusst als Markennamen für die neuen Klebebänder – er ist kurz, einprägsam und auch international einsetzbar. Damit beginnt die eigentliche Erfolgsgeschichte. Ein Name, seiner Zeit lange voraus, findet endlich den Artikel – und den praktischen Nutzen –, der zu ihm passt.

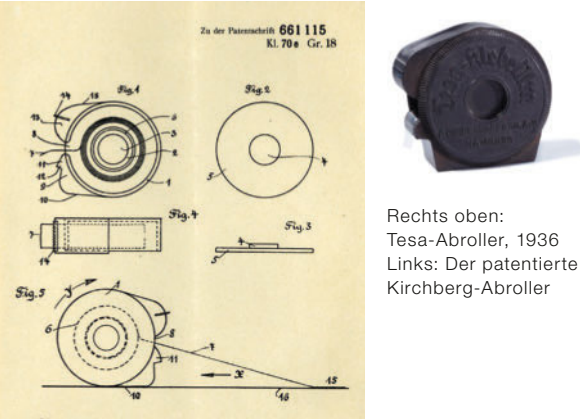


Elsa Tesmer im Jahr 1908

Ein Mann mit Ideen – die Kirchberg-Ära

Mit dem Eintritt von Hugo Kirchberg im Jahr 1934 begann für das Geschäft eine neue Phase. Kirchberg verstand Klebetechnik keineswegs als Nebenprodukt, sondern als eigenständige Lösungstechnologie. Sein Ansatz war ebenso einfach wie folgenreich: Nicht das Material sollte im Mittelpunkt stehen, sondern die konkrete Anwendung. Diese Perspektive prägte sowohl die Produktentwicklung als auch den Ausbau neuer Geschäftsfelder.

Zu den ersten Ergebnissen dieses Haltungswandels gehörte der 1935 eingeführte transparente „K-Klebefilm“, der 1936 unter dem Namen „Tesa-Klebefilm“ auf den Markt kam. Mit der späteren Kurzform tesa-film entwickelte sich daraus ein



Unten links: Schon 1936 in der Automobilindustrie gefragt: „Tesa-Klebekrepp“



Produkt, das weit über seinen ursprünglichen Zweck hinauswuchs. Entscheidend war dabei nicht allein das Band, sondern auch die von Kirchberg entwickelte und patentierte Abroll- und Schneidevorrichtung. Dieser praktische Handabroller vereinfachte die Anwendung und machte das Produkt alltagstauglich – so konnte die Klebetechnik zu einem selbstverständlichen Bestandteil von Büro-, Haushalts- und Arbeitsabläufen werden.

Parallel dazu baute Kirchberg das Sortiment systematisch aus. Ebenfalls 1936 folgte „Tesa-Klebekrepp“, zunächst als Abdeckband für Mal- und Lackierarbeiten. Schon früh wandte sich Kirchberg gezielt an Anwender*innen, etwa in der Automobilindustrie, und empfahl das Produkt für die Abdeckung bei Spritzlackierungen. Viele dieser Lösungen entstanden aus konkreten Kundenanforderungen und wurden kontinuierlich, oft auch gemeinsam mit den Geschäftspartnern, weiterentwickelt.

Der Zweite Weltkrieg bremste diese Entwicklung, setzte sie jedoch nicht vollständig außer Kraft. Technische Klebebänder wurden zunehmend für militärische und rüstungsnahe Anwendungen benötigt – etwa für Verpackungen, Isolierungen und provisorische Befestigungen. Beiersdorf lieferte in dieser Zeit auch an die deutsche Wehrmacht und die Rüstungsindustrie. Gleichzeitig führten Rohstoffknappheit, staatliche Lenkung und Priorisierung anderer Produktgruppen zu Einschränkungen im zivilen Geschäft. Kirchberg selbst wurde bei Kriegsbeginn eingezogen, diente ab 1941 im Afrikakorps und geriet 1943 in amerikanische Kriegsgefangenschaft.

Nach seiner Rückkehr 1946 begann für tesa eine zweite „Stunde null“. Der Wiederaufbau, das Wirtschaftswunder und die zunehmende Automatisierung der Industrie ließen den Bedarf an spezialisierten Klebelösungen stark wachsen. Mit „Tesaband“ (1948) als robustem Gewebeklebeband und „Tesa-flex“ (1949) für elektrische Anwendungen erweiterte Beiersdorf das Sortiment gezielt. Mit „tesa-moll“ kam 1955 ein Dichtungsprodukt hinzu, das aus industriellen Anforderungen hervorgegangen war, zugleich aber auch im privaten Alltag breite Anwendung fand. Die Grenze zwischen dem Industriegeschäft für professionelle Handwerksunternehmen und Endverbraucher*innen ließ Beiersdorf bewusst durchlässig.



Bereits in den 1950er- und 1960er-Jahren half tesa beim Energiesparen zu Hause (tesa-moll), in der Elektroindustrie und im Handwerk.

Ende der 1950er-Jahre erwirtschaftete tesa bereits 36 Prozent des Beiersdorf-Umsatzes. Weil der wachsende Erfolg neue Produktionsstrukturen notwendig machte, entstand 1961 mit dem Werk in Offenburg eine moderne Fertigungsstätte, die vor allem auf industrielle Klebebänder ausgelegt war. Als Hugo Kirchberg 1973 aus dem Unternehmen ausschied, umfasste das Portfolio mehrere Hundert Produkte. Aus einem kaum beachteten Nebengeschäft hatte er einen tragenden Unternehmensbereich mit einem Umsatzanteil von 41 Prozent am deutschen Geschäft entwickelt. Kirchbergs Vermächtnis lag nicht nur in einzelnen Erfolgsprodukten, sondern darin, dass er ein neues Denkmodell etabliert hatte: Klebetechnik als industrielle Schlüsseltechnologie – anwendungsnah, lösungsorientiert, am Kunden ausgerichtet und kontinuierlich weiterentwickelt.

HINTERGRUND

Hugo Kirchberg

Geboren am 23. Oktober 1908 im thüringischen Untersuhl, wächst Hugo Kirchberg in schwierigen Zeiten auf. Während die Weltwirtschaftskrise Anfang der 1930er-Jahre Massenarbeitslosigkeit bringt, zeigt sich der junge Industriekaufmann ungewöhnlich unbeirrbar. Als Angestellter in einer kleinen Bürobedarfsfirma verschickt er Hunderte Bewerbungen – getrieben von dem festen Willen, industrielle Abläufe nicht nur zu verwalten, sondern zu verbessern.

Früh beobachtet er den wachsenden Bedarf an technischen Hilfsmitteln für Produktion und Versand und erkennt insbesondere Klebebänder als unterschätztes Werkzeug, um Abläufe einfacher, zuverlässiger und effizienter zu machen. In einem Brief an Beiersdorf äußert er 1934 – zu einer Zeit, als solche Produkte kaum Bedeutung haben – seine Überzeugung von den „unbegrenzten Möglichkeiten der Selbstklebetechnologie“. Diese Mischung aus analytischem Blick, Beharrlichkeit und unternehmerischem Denken bildet das Fundament seiner späteren Laufbahn. Als Kirchberg 1973 in den Ruhestand geht, umfasst das Sortiment mehr als 600 Produkte. Am 25. Januar 1999 stirbt Hugo Kirchberg in seiner Wahlheimat Hamburg.



Hugo Kirchberg im Jahr 1938



tesa baute in den 1980er- und 1990er-Jahren sein Angebot an industriellen Klebelösungen kontinuierlich aus, mit wachsendem Fokus auf kundenspezifische Anwendungen. Gleichzeitig entstanden Innovationen für den Haushalt, etwa die 1988 eingeführten Fliegengitter und die 1996 eingeführten Power-Strips.

Struktur, Industrie und Internationalisierung

Mit dem Ausscheiden von Hugo Kirchberg aus dem Unternehmen war die Aufbauphase des tesa Geschäfts abgeschlossen. Aus einem unternehmerischen Projekt hatte er einen eigenständigen, komplexen Geschäftsbereich geformt. Die folgenden Jahrzehnte standen im Zeichen von Strukturierung, Internationalisierung und technologischer Spezialisierung.

1974 führte Beiersdorf die Spartenorganisation ein und etablierte tesa als eigenständige Sparte neben cosmed, medical und pharma. Damit erhielt das Klebebandgeschäft erstmals eine organisatorische Struktur, die seiner Bedeutung entsprach: Nun war es möglich, Forschung, Produktion, Vertrieb und Anwendungstechnik gezielt auf die Anforderungen neuer industrieller

Kunden auszurichten, eine zentrale Voraussetzung für weiteres Wachstum. Der Erfolg ließ nicht lange auf sich warten: 1979 lag der tesa Anteil am internationalen Gesamtumsatz fast gleichauf mit dem Kosmetikgeschäft.

Inhaltlich verlagerte sich der Schwerpunkt zunehmend auf das Industriegeschäft. Während tesafilm im Bereich für private Haushalte weiterhin präsent blieb, wuchs der Anteil industrieller Anwendungen stetig. tesa entwickelte sich zum Lösungspartner für die Druck- und Papierindustrie, die Verpackungswirtschaft, den Automobilbau sowie die Elektro- und Elektronikindustrie. Zunehmend ersetzen Klebebänder mechanische Verbindungstechniken, vereinfachten Prozesse und ermöglichten neue Design- und Produktionsansätze.

Parallel dazu wurde das Geschäft international ausgebaut. In Europa, Nordamerika und Asien wurden Produktions- und Vertriebsgesellschaften aufgebaut

oder erweitert; 1982 eröffnete in Sparta/Michigan, USA, das erste tesa Werk außerhalb Europas. Internationale Kunden verlangten nach einheitlichen Qualitätsstandards, verlässlicher Belieferung und Beratung vor Ort. tesa reagierte mit einer stärkeren Vernetzung von Entwicklung, Vertrieb und Anwendungstechnik über Ländergrenzen hinweg.

In den 1990er-Jahren erweiterten neue Anwendungen das Profil: Mit den „tesa Power-Strips“ entstanden rückstandsfrei abziehbare Befestigungslösungen, die ein neues Marktsegment zwischen Industrie und Enverbraucher*innen-Anwendung erschlossen. Mit „tesa ROM“ entwickelte die tesa Forschung einen Vorläufer jener Sicherheitstechnologien, aus denen später die „Holospot“ genannten Systemlösungen zum Schutz vor Produktfälschung und Manipulation hervorgingen. Gleichzeitig gewann das Geschäft mit hochpräzisen Verklebungen für die Elektronikindustrie stark an Bedeutung – etwa für Displays, Leiterplatten und empfindliche Bauteile. Klebetechnik wurde hier zu einem integralen Bestandteil moderner Produktarchitekturen.

Gegen Ende des Jahrzehnts sah sich tesa zunehmend mit strukturellen Herausforderungen konfrontiert. Das starke Wachstum in den verschiedenen Geschäftsfeldern hatte zu hoher Komplexität im Portfolio, zu parallelen Strukturen und steigenden Kosten geführt. Auf diese Situation reagierte der Vorstand Ende 1997 mit einem Strukturprojekt namens „Herkules“: Dessen Ziel war es, Prozesse zu vereinfachen, Verantwortlichkeiten klarer zu fassen, das Sortiment zu straffen und die internationale Organisation effizienter auszurichten. Dafür trennte man sich auch von weniger rentablen Markenbereichen wie dem technicoll-Klebstoffgeschäft. Für tesa bedeutete dies einen tiefgreifenden Einschnitt – zugleich legten die Maßnahmen aber die notwendige Basis für eine nachhaltige Weiterentwicklung.

Um die Jahrtausendwende stand tesa damit neu justiert da: als internationaler Anbieter von selbstklebenden Technologie- und Systemlösungen, mit starkem Industriegeschäft und einem Geschäftsmodell, das den Übergang in eine neue Phase vorbereitete.



1961 als Chemische Werke Offenburg gegründet, wurde das Produktionswerk kontinuierlich erweitert und 1981 in „tesa Werke Offenburg“ umbenannt.



Mit dem neuen Werk in der vietnamesischen Hafenstadt Haiphong, das 2023 in Betrieb ging, baute tesa seine Produktionskapazitäten in Asien aus und verkürzte die Wege zu Kunden und Märkten der Region.

Von der Sparte zum multinationalen Konzern

„tesa, das ist doch der bekannte tesafilm!“ Diese Assoziation haben – immer noch – viele Menschen, insbesondere in Deutschland und Europa. Doch zum Beispiel in China würde kaum jemand den Begriff „tesa“ mit dem Klebefilm in Verbindung bringen. Dort stehen die vier Buchstaben für anspruchsvolle Klebeband-Anwendungen, vor allem in der Automobil- und Elektronikindustrie. Den Weg hin zum multinationalen Technologie-Konzern mit rund 7.000 Produkten hat tesa seit seiner Ausgründung als Beiersdorf-Tochtergesellschaft im Jahr 2001 konsequent vorangetrieben. Als die ehemalige Sparte selbstständig wurde, belief sich der Jahresumsatz auf 672 Millionen Euro, die Rendite betrug 4,5 Prozent. Ein Vierteljahrhundert später weist tesa im Geschäftsbericht 2025 knapp 1,7 Milliarden Euro und eine EBIT-Umsatzrendite von 16,1 Prozent aus. Rund vier Fünftel des Umsatzes entfallen heute auf Industrieanwendungen, der übrige Anteil auf etwa 300 Consumer-Produkte.

Diese Erfolgsgeschichte basiert wesentlich auf der Strategie, frühzeitig auf Internationalisierung, Innovationen und Kundennähe zu setzen. Ende 2005 eröffnete

tesa ein neues Werk in Suzhou (China), das 2019 erweitert wurde. In Hamburg-Hausbruch gingen 2009 eine Reinraumeinheit und wenig später die weltweit einzigartige ACX-Produktionsanlage zur Herstellung neuer doppelseitiger Klebebänder an den Start. Mit dem 2023 in Vietnam eröffneten Werk baute tesa seine Präsenz in Asien weiter aus und rückte näher an seine Kunden heran.

Heute wird Innovation zunehmend global und vernetzt gedacht: tesa betreibt spezialisierte Forschungsstrukturen wie die Debonding-on-Demand-Labore in Europa sowie das 2025 eröffnete DoD Lab in Singapur. Dort entwickeln interdisziplinäre Teams gemeinsam mit Partnern wie A*STAR neue Konzepte für Klebelösungen, die starke Verbindungen ermöglichen und sich bei Bedarf gezielt wieder lösen lassen. So entstehen Ansätze, die neue Anwendungen erschließen und zugleich Effizienz und Nachhaltigkeit fördern.

Während des 25-jährigen Jubiläums der heutigen tesa SE sorgte eine Nachricht für Aufsehen: 2026 gehört tesa zu einer Allianz von Global Playern, die holografische Displays entwickelt, mit denen Automobilhersteller zukünftig Windschutzscheiben in transparente Infotainment-Schnittstellen verwandeln wollen. Auch in der Druck- und Bauindustrie dringt tesa mit Spezial-Klebebändern in neue Segmente vor. Die „Fügetechnologie des

21. Jahrhunderts“, wie renommierte Expert*innen das Kleben bezeichnen, bietet vielen Branchen signifikante Vorteile im Vergleich zum Nieten, Schweißen und Schrauben: Klebebänder lassen sich schnell und sauber verarbeiten, können unterschiedliche Materialien verbinden, beschädigen sensible Oberflächen nicht, sind deutlich leichter und müssen auch nicht wie Flüssigkleber aushärten.

Besonderen Wert legt das Unternehmen auf Nachhaltigkeit: Bis 2030 investiert tesa rund 300 Millionen Euro in die nachhaltige Transformation des Geschäfts – in moderne Technologien, erneuerbare Energien und innovative Produktionsprozesse. Beispiele sind die Installation von Wärmespeichern zur Dampf-Erzeugung ohne fossile Brennstoffe oder der Bau moderner Wärmepumpen für die effiziente und nachhaltigere Wärmeversorgung der Standorte. Darüber hinaus treibt tesa den Ausbau lösemittelfreier Produktion voran, um Emissionen zu reduzieren und Materialkreisläufe weiter zu verbessern.

Als Zukunftsthema gewinnt „Debonding on Demand“ an Bedeutung: „Intelligente“ Klebeverbindungen lassen sich, zum Beispiel beim Austausch von Akkus in Mobiltelefonen, schnell lösen und Materialien besser trennen. Dies erleichtert Reparatur und Recycling.

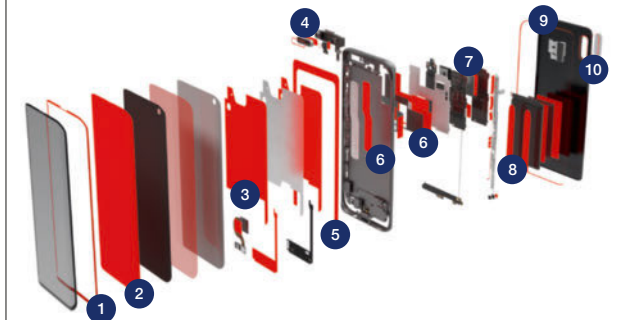
HINTERGRUND

Sechs Werke. Drei Kontinente. Ein Erfolgsmodell.

Was braucht man, um aus Ideen weltweit erfolgreiche Lösungen zu machen? Ein starkes Netzwerk. Genau darauf setzt tesa mit seinen Global Operations. 6 große Werke mit mehr als 2.000 Kolleg*innen in Asien, Europa und Nordamerika, ergänzt durch spezialisierte Standorte für die Weiterverarbeitung von Klebebandlösungen, bilden heute das Rückgrat eines global integrierten Produktions- und Vertriebsnetzwerks.

Die Werke sind strategisch so positioniert, dass sie Märkte effizient bedienen, Lieferzeiten verkürzen und gleichzeitig flexibel auf regionale Anforderungen reagieren können. Jede Einheit bringt dabei eigene technologische Schwerpunkte ein – von Polymerisation und Compounding über modernste Coating- und Laminationsprozesse bis hin zu hochautomatisiertem Slitting und Packaging.

Heute ist tesa mit etwa 5.400 Mitarbeitenden in mehr als 100 Ländern aktiv, betreibt weltweit 10 Produktionsstätten und ist mit 9 Customer Solution Centern nah an seinen Kunden und Märkten.



In modernen Smartphones übernehmen tesa Klebelösungen zahlreiche Funktionen: Sie verbinden Komponenten, dämpfen Stöße, leiten Wärme oder verhindern Kurzschlüsse.

Alle rot markierten Elemente in dieser Explosionsdarstellung eines Smartphones zeigen Anwendungen, in denen tesa Klebelösungen zum Einsatz kommen: (1) Montage von Abdeckglasrahmen, (2) Displaylaminierung, (3) Displaydämpfung und -abschirmung, (4) Befestigung von Komponenten, (5) Montage der Displayunterseite, (6) Thermomanagement, (7) Erdung und Abschirmung, (8) Befestigung von Akkus, (9) Backcover-Befestigung und (10) Befestigung des Kameraobjektivs.

Mitarbeitende teilen standortübergreifend ihr Know-how und entwickeln Best Practices weiter. So entsteht ein leistungsfähiges System, das Innovation beschleunigt und gleichzeitig höchste Qualitätsstandards sichert.

Das Ergebnis ist ein globales Produktionsnetzwerk, das mehr ist als die Summe seiner Teile: Es verbindet Menschen, Technologien und Märkte – und schafft die Voraussetzung dafür, dass tesa weltweit verlässlicher Partner für kundenspezifische Lösungen bleibt.



Im globalen Produktionsnetzwerk fertigt tesa Klebebänder entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von der Polymerisation über die Beschichtung und Laminierung bis hin zum Veredeln, Schneiden, und Verpacken.

Auch wo nicht tesa draufsteht, ist tesa drin ...

„Unter jedem Schornstein wird tesa gebraucht.“ So formulierte es laut Überlieferung tesa Pionier Hugo Kirchberg, als er in den 1930er-Jahren vor Mitarbeitenden vom riesigen Potenzial der Klebebandtechnologien, insbesondere im industriellen Bereich, sprach.

Er sollte recht behalten. Heute finden sich – oft im Verborgenen – unterschiedliche tesa Klebebandlösungen in Produkten oder Bereichen, in denen man sie gar nicht vermuten würde. Ihr entscheidender Beitrag liegt darin, konkrete Kundenanforderungen zu erfüllen und echten Mehrwert zu liefern: Prozesse zu vereinfachen, Produkte leistungsfähiger zu machen und neue Design- und Produktionsmöglichkeiten zu erschließen. Zu den größten Abnehmern der vielseitig einsetzbaren Tapes zählt die Automobilindustrie. Dabei profitiert tesa enorm von der Transformation dieser globalen Branche und unterstützt sie zugleich mit Lösungen, die neue Anforderungen an Sicherheit, Effizienz, Elektrifizierung und Design erfüllen. So können in einem Elektroauto mehr als 130 Klebebandanwendungen verbaut sein, zum Beispiel an der Batterie, zur Kabelumwicklung, zum Befestigen von Teilen im Innen- und Außenbereich wie Zierleisten und Rückspiegeln, in Displays bzw. Infotainment-Systemen sowie zur Abdeckung von Löchern und zum Schallschutz. Auch in Smartphones leisten bis zu 70 klebende Multitalente wertvolle Dienste. Sie können nicht nur Bauteile verbinden, sondern auch Stöße abfedern, Strom leiten und Kurzschlüsse verhindern. Damit tragen sie dazu bei, moderne Geräte kompakter, robuster und leistungsfähiger zu machen.

In der Druck- und Verpackungsindustrie optimieren Klebebander die Produktionsprozesse, unter anderem bei der Plattenmontage oder beim „fliegenden Rollenwechsel“. Im Baubereich ersetzen oder ergänzen die speziell entwickelten langlebigen Produkte herkömmliche Befestigungsmethoden – und verringern das

Risiko von Korrosion, Leckagen und Wärmebrücken. Darüber hinaus zählen auch die Luft- und Raumfahrtindustrie mit ihren sehr hohen Qualitäts- und Sicherheitsstandards sowie andere Unternehmen aus Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistung zu den tesa Kunden. Enge Verbindungen von Endverbraucher*innen und professionellen Handwerksbetrieben zum tesa Sortiment bestehen vor allem bei den Anwendungen zum Befestigen, Renovieren, Reparieren und Heimwerken, für Büro und Haushalt sowie im Bereich Insektenschutz.

So vielseitig wie die Einsatzmöglichkeiten sind auch die Eigenschaften der Klebebander: Im Mobiltelefon sind sie bis zu 20-mal dünner als ein Haar oder hochtransparent, auf dem Bau dick und geschäumt. In sicherheitsrelevanten Zonen wie in Flugzeugen müssen High-tech-Tapes 5 Minuten lang beständig gegen Flammen und Temperaturen von bis zu 500 Grad Celsius sein. Automobilhersteller und deren Zulieferer achten wiederum auf eine hohe Resistenz gegen Chemikalien oder strengen Frost (–40 °C).

Eine große Variabilität herrscht hinsichtlich der Applikation: Mal werden Klebebander wie das bewährte tesakrepp vor dem Renovieren per Hand aufgebracht und liefern sowohl professionellen Malern als auch privaten DIY-Profis dank präziser Klebekante ein sauberes, professionelles Finish. In hochtechnologischen Industrien setzt tesa – in enger Kooperation mit den Kunden – auf vollautomatische und robotergestützte Klebeband-Applikationen, die exakt auf die jeweiligen Produktionsprozesse abgestimmt sind und sich nahtlos integrieren lassen.

Klebeanwendungen. Hier steckt **tesa** drin.

1

WO TESA ZUM EINSATZ KOMMT

Anwendungen für Industrie, Endverbraucher & Handwerker



2

WELCHEN MEHRWERT TESA ÜBER DAS KLEBEN HINAUS FÜR SEINE KUNDEN SCHAFFT

Funktionaler Nutzen der tesa Klebebander



3

WIE TESA KLEBEBANDLÖSUNGEN APPLIZIERT WERDEN

Von manuell bis automatisiert



130 Jahre Klebebandtechnologien: Zuverlässige Lösungen mit echtem Mehrwert – und die unbegrenzten Möglichkeiten des Klebens



*Ein Nachwort von Dr. Kourosh Bahrami
(CEO tesa SE)*

Wenn wir heute auf 130 Jahre Klebebandtechnologie blicken, sehen wir mehr als eine Abfolge von Produkten, Expertise und Patenten. Wir sehen eine Haltung: Neugier, Erfindergeist und den Anspruch, für unsere Kunden echten Mehrwert zu schaffen – Anwendungen einfacher, besser und zuverlässiger zu machen. Diese Haltung prägt tesa bis heute.

Der entscheidende Impuls kam mit dem Visionär Hugo Kirchberg. Er glaubte an die Möglichkeiten der Selbstklebetechnologie – und legte damit den Grundstein für den heutigen Erfolg von tesa. Kirchberg dachte konsequent in Lösungen für konkrete Anforderungen. Für ihn stand der Kundennutzen im Mittelpunkt. Das zeigt die Geschichte des tesafilms besonders eindrücklich: Erst als er mit dem passenden Abroller präsentiert wurde und dadurch einfach und intuitiv nutzbar war, wurde er zum Erfolg. Kirchberg verstand früh: Innovation beginnt beim Kunden, und Wert entsteht in der Anwendung. Dieser Gedanke treibt uns bis heute an. Genau darin liegt die Bedeutung zentraler tesa Erfindungen – vom tesafilm über tesakrepp, tesaband und tesafix bis hin zu vielen weiteren Lösungen auch im Industriebereich.

Heute sind Klebebandtechnologien aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken: in Smartphones und Autos, Haushaltsgeräten, Gebäuden und zu Hause – oft unsicht-

bar, aber entscheidend. Während Produkte leichter, kompakter und komplexer werden, werden sie zur eleganten Antwort: leistungsstark, präzise und materialsparend. Sie helfen, Produkte effizienter zu entwickeln, Prozesse zu verbessern und neue Funktionen zu ermöglichen. Analog zum Abroller vereinfacht tesa die Anwendung von Hochleistungsklebebandern im industriellen Umfeld durch maschinellen beziehungsweise automatisierten Auftrag. Heute stehen wir vor dem nächsten Schritt: Neben dem Kleben gewinnt das kontrollierte Entkleben an Bedeutung. Nachhaltigkeit, Reparierbarkeit und Kreislaufwirtschaft erfordern Lösungen, die zuverlässig halten und sich bei Bedarf wieder lösen lassen.

Dieser Chronicle schlägt eine Brücke von 130 Jahren Geschichte in die Zukunft. Denn Kirchbergs Überzeugung und Expertise lebt weiter: Wir glauben an die Möglichkeiten der Klebebandtechnologien – und daran, gemeinsam mit unseren Kunden neue Anwendungen zu entwickeln und möglich zu machen. Digitale Technologien und künstliche Intelligenz eröffnen uns dabei zusätzliche Möglichkeiten, Kundenbedürfnisse noch besser zu verstehen, Entwicklungsprozesse zu beschleunigen und Klebelösungen künftig noch gezielter auf konkrete Anwendungen auszurichten. Das ist die Kraft von tesa: gestern, heute und morgen.

IMPRESSUM

Herausgeber:
Beiersdorf AG
Corporate Communications
Corporate Heritage
Beiersdorfstraße 1–9
22529 Hamburg

heritage@beiersdorf.com

Alle Geschichten, Informationen und Bilder in diesem Heft stammen aus dem historischen Archiv der Beiersdorf AG, in dem sich neben Dokumenten und Akten zur Unternehmensgeschichte auch umfangreiche Sammlungen von Produkten, Werbekampagnen, Fotos, Filmen und Objekten befinden. Das historische Archiv ist das Gedächtnis des Unternehmens, das die interessantesten Geschichten regelmäßig in dieser Heftreihe veröffentlicht.

Redaktion und Text:
Thorsten Finke, Daniel Wallburg

Konzept und Kreation:
Factor, Hamburg

Druck:
BEISNER DRUCK GmbH & Co. KG, Buchholz i. d. N.

Bildnachweis:
Alle Bilder: Beiersdorf AG,
Corporate Heritage Archive
tesa SE, Corporate Communications

Illustrationen:
Gregory Gilbert-Lodge, Zürich

© 2026 Beiersdorf AG, Hamburg
NUR ZUR INTERNEN NUTZUNG
Alle Rechte vorbehalten.

Gedruckt auf FSC®-zertifiziertem Papier.

