

Die Geschichte der Markenmacher

75 Jahre Unilever in Deutschland





Unilever

Drei Familien schaffen einen Weltmarkt

Die Marke Unilever ist untrennbar verbunden mit den Gründerfamilien Jurgens, Van den Bergh und Lever und ihren Fett- und Seifengeschäften. **SEITE 16**

Die Geschichte einer Marke: Sanella **SEITE 42**

Firmenstart in Krisenzeiten

Die Vereinigung der Konzerne Van den Bergh und Jurgens mit dem Seifengeschäft von Lever in Deutschland fiel mitten in die Wirrnisse der Weltwirtschaftskrise in den 30er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts. **SEITE 44**

Die Geschichte einer Marke: Rama **SEITE 54**

Überleben unter der Diktatur

Die Nationalsozialisten wollten eigentlich den jüdischen Konzern vernichten, brauchten ihn aber für die Ernährung der Bevölkerung. Nur mit List und Mut konnten Management und Unternehmen die Jahre der Diktatur überstehen. **SEITE 56**

Die Geschichte einer Marke: Langnese **SEITE 78**

Die Wirtschaft im Bombenhagel

Trotz Bombardierungen, zerstörten Betrieben und Firmenverlagerungen hielten die Belegschaften Produktion und Vertrieb aufrecht. **SEITE 80**

Die Geschichte einer Marke: Knorr **SEITE 104**

Aufbaujahre nach dem Krieg

Die Währungsreform brachte wieder neuen Schwung in das Geschäft mit Fett- und Seifenprodukten – aber die Unternehmen im Osten waren verloren. **SEITE 106**

Die Geschichte einer Marke: Sunil **SEITE 122**

Das Wirtschaftswunder

Unilever erkannte die Bedürfnisse und Wünsche der Menschen in den 50er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts wie kein anderes Unternehmen. Markenpflege und neue Produkte prägten die Entwicklung. **SEITE 124**

Die Geschichte einer Marke: Rexona **SEITE 134**

Der Konzern im Aufschwung

Das neue Unilever-Haus in Hamburg: Symbol der Erfolge des Unternehmens. Die Lebensmittel-Marken erlebten einen regelrechten Boom. Am Ende der so genannten Sixties arbeiteten über 40 000 Menschen für Unilever. **SEITE 136**

Die Geschichte einer Marke: Iglo **SEITE 150**

Schlank und fit mit neuen Marken

Dem Trend der Deutschen, sich gesundheitsbewusster zu ernähren, kommt Unilever mit der Spezialmargarine Becel entgegen und setzte sich mit weiteren fettreduzierten Lebensmitteln an die Spitze eines langfristigen Trends. **SEITE 152**

Die Geschichte einer Marke: Dove **SEITE 164**

Konzentration auf das Kerngeschäft

In den 80er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts konzentrierte sich Unilever mit Firmenverkäufen, aber auch Akquisitionen auf sein Kerngeschäft: Nahrungs-, Wasch-, Reinigungs- und Körperpflegemittel. **SEITE 166**

Die Geschichte einer Marke: Becel **SEITE 180**

Mit ONE UNILEVER in die Zukunft

Das neue Jahrtausend begann Unilever mit der grundlegenden Neuorganisation des weltweiten Konzerns unter dem Titel ONE UNILEVER. Eine einfachere Firmenstruktur und kürzere Entscheidungswege sind das Ziel. **SEITE 182**

Die Geschichte einer Marke: Magnum **SEITE 208**

Rubriken

Impressum **SEITE 10**

Vorwort **SEITE 14**

Food Art Edition **SEITE 210**

Bibliografie **SEITE 220**

Fotohinweise **SEITE 222**