



## Hintergrund

Mannheim, Januar 2024

# Markensteckbrief Tempo

## Von der Idee zum Welterfolg – eine Marke in Zahlen und Daten

**Alles begann in den zwanziger Jahren in der Nähe von Nürnberg, als Oskar Rosenfelder seine Idee einer hygienischen Alternative zum Stofftaschentuch in die Tat umsetzte. Das Ergebnis: das Tempo Papiertaschentuch, das direkt nach Gebrauch entsorgt werden kann. So werden Bakterien und Keime eingedämmt und das Ansteckungsrisiko reduziert. Heute ist das Tempo Papiertaschentuch nicht mehr aus dem Leben der Menschen wegzudenken. In den letzten 95 Jahren wurde Tempo stetig weiterentwickelt – immer an den Bedürfnissen der Verbraucher orientiert. Tempo findet man heute in Drogerien und Supermärkten rund um den Globus.**

### Tempo historisch: Eine kleine Markengeschichte

**1929:** Oskar Rosenfelder, Mitinhaber der „Vereinigten Papierwerke“ aus Nürnberg, lässt Tempo als Warenzeichen am Reichspatentamt in Berlin eintragen. Das Papiertaschentuch wird in Forchheim und Heroldsberg (Nordbayern) produziert.

**1950:** Eine praktische Neuerfindung in den 1950er Jahren: die „Knickpackung“ oder auch „Brechtackung“ genannt. Zudem werden die ersten Taschentücher deutschlandweit vertrieben.

**1963:** Mit dem „Tempo-Griff“ sind die Tücher seit 1963 ab sofort mit nur einer Hand aus der Packung zu entnehmen.

**1964:** Die erste Mehrfachpackung mit sechs Päckchen kommt in den Handel.

**1970:** Dem **Zeitgeist** entsprechend wurde in den Flower-Power-Jahren ein farbenfrohes Tempo in Gelb, Orange und Rot produziert. Außerdem entwickelt Tempo die bis heute viel kopierte Z-Faltung. Dank dieser Innovation lässt sich das Tuch mit einem Griff öffnen.

**1988:** Ab sofort gibt es Tempo in der wiederverschließbaren Packung.

**1998:** Bewährte 4-lagige Tempo Taschentücher gibt es jetzt auch in der Box.

**2005:** Die Tempo Produktfamilie wächst kontinuierlich um neue Produkte – von nun an gibt es Tempo Taschentücher im Kleinformat mit wechselnden Designs.

**2007:** Essity, ein global führendes Hygiene- und Gesundheitsunternehmen (ehemals SCA), kauft Tempo.

**2008:** Die Tempo-Familie wächst um eine weitere Neuheit. „Tempo sanft und frei“ kommt auf den Markt und hilft mit Atemfrei-Öl beim Durchatmen.

**2010:** Das Tempo Sortiment wird durch herunterspülbare, feuchte Toilettentücher erweitert.

**2015:** Dank der Soft-Komfort-Formel werden alle vierlagigen Tempo Taschentücher noch weicher. Ebenfalls neu ist die praktische Tempo Würfelbox.



**2016:** Mit den Tempo Handfeuchttüchern nimmt Tempo eine neue Feuchttuchrange im handlichen Pack für die bequeme Reinigung und Erfrischung für unterwegs ins Sortiment auf.

**2017:** Die Soft-Komfort-Formel wird durch eine neue und einzigartige Qualität abgelöst. Ab sofort sind alle Tempo Taschentücher waschmaschinenfest und dabei wie gewohnt sanft zur Nase.

**2018:** Tempo bringt „Tempo soft & sensitive“ mit einer Lotion aus Mandelöl & Aloe Vera für sensible Nasen auf den Markt. Ebenfalls neu im Portfolio: die erste Tempo Box mit Duft.

**2019:** Neu auf dem Markt: Tempo protect Taschentücher mit einem antibakteriellen Wirkstoff für eine bessere Hygiene. Zudem erhalten im Jahr 2019 alle Tempo Boxen eine praktische „Quick & Easy“ Öffnung für eine noch leichtere und schnellere Tuchentnahme.

**2020:** Die neuen "natural & soft" Taschentücher aus 30% ungebleichten Fasern sind allergen-, duft- und farbstofffrei und haben eine natürliche, cremeweiße Tuchfarbe

**2021:** Seit 2021 ist die Tempo Light Box mit dreilagigen Tüchern auf dem Markt.

**2022:** Tempo 3-in-1 Taschentücher sind samtig weich, waschmaschinenfest und nun auch biologisch abbaubar. Und dank des reduzierten Druckbereichs der Außenfolien sind Tempo Plastikverpackungen jetzt auch einfacher zu recyceln.

**Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:**

Faktor 3 AG, Anika Behrens, +49 40 67 94 46 67 42, [a.behrens@faktor3.de](mailto:a.behrens@faktor3.de)

**Essity Germany GmbH**

**Tempo – das Tuch für alle Fälle**

Die Traditionsmarke Tempo steht seit 95 Jahren für hochwertige Papiertaschentücher. Die Marke hat ihren Klassiker stetig weiterentwickelt und ihr Produktsortiment systematisch ausgebaut. Im Bereich Taschentücher ist Tempo heute Marktführer in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Tempo bietet Produkte sowohl mit als auch ohne Zusatznutzen an, wie beispielsweise „Tempo sanft und frei“ mit Eukalyptus-Atemfrei-Öl, oder „Tempo soft & sensitive“ mit Mandelöl und Aloe Vera für empfindliche Nasen. Außerdem sind Tempos seit 2017 dank verbesserter Formel noch waschmaschinenfester und stärker. Alle vierlagigen Tempo Taschentücher sind durchschnupfsicher und reißfest. Selbst Wäschen bei bis zu 60 °C bleiben dank der robusten Lagen garantiert fusselfrei. Neben Taschentüchern bietet Tempo auch vielseitige Lösungen für die Herausforderungen des Alltags: die dreilagigen und vierlagigen Papiertücher in der „Tempo Original Box“ und „Tempo Light Box“ für Büro und zuhause, „Tempo fresh to go“ für das Frischegefühl unterwegs sowie „Tempo Feuchte Toilettentücher“ für ein besonders sicheres Gefühl von Sauberkeit. Weitere Informationen zu Tempo und den verschiedenen Tempo Produkten finden Sie auf [www.tempo-world.com](http://www.tempo-world.com) und der Tempo Taschentuch Facebook-Seite: <https://www.facebook.com/tempo.taschentuch/>.

**Über Essity**

Essity ist ein global führendes Hygiene- und Gesundheitsunternehmen. Wir engagieren uns für die Verbesserung der Lebensqualität durch hochwertige Hygiene- und Gesundheitslösungen. Wir vertreiben unsere Produkte und Lösungen in rund 150 Ländern unter vielen starken Marken, darunter die Weltmarktführer TENA und Tork, aber auch bekannte Marken wie Jobst, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo und Zewa. Essity beschäftigt weltweit rund 48.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der Umsatz im Jahr 2022 betrug 15 Mrd. Euro. Essity hat seinen Hauptsitz in Stockholm (Schweden) und ist an der Nasdaq Stockholm notiert. Essity überwindet Barrieren und schafft mehr Wohlbefinden. Unser Geschäftsmodell trägt zu einer gesunden, nachhaltigen Kreislaufgesellschaft bei. Weitere Informationen auf [www.essity.com](http://www.essity.com).

**Deutschland ist mit 1,5 Mrd. Euro (2022) der umsatzstärkste Markt von Essity in Europa.** Das Unternehmen bietet hier Hygienepapiere für Endverbraucher, Damenhygiene, Inkontinenzprodukte, professionelle Hygienelösungen und Medizinprodukte an. Zu den bekanntesten Marken zählen die Hygienemarken TENA und Tork, die Hygienepapiere Tempo und Zewa, die Recyclingmarke DANKE, Demak'Up Abschminkprodukte sowie die Medizinmarken Leukoplast, Cutimed, Delta-Cast, JOBST und Tricodur. Neben den Verwaltungsstandorten in Hamburg, Mannheim und München-Ismaning gibt es Produktionsstätten in Emmerich, Hamburg, Mainz-Kostheim, Mannheim, Neuss und Witzenhausen mit einer Belegschaft von insgesamt rund 4.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mehr Informationen unter [www.essity.de](http://www.essity.de)