

Ein Gespräch mit Guido Kaiser,

Director International Sales Düllberg Konzentra

EURO COSMETICS: *Sie (er)schaffen Düfte. Was braucht man dazu?*

Guido Kaiser: Wir brauchen vor allem das richtige Gespür für die Bedürfnisse unserer Kunden. Außerdem hochwertigste Rohstoffe und international erfahrene und kreative Parfümeure. Neben der Leidenschaft der Mitarbeiter für unsere Produkte ist auch unsere modernste Analytik und Produktionstechnik sowie eine lückenlose Qualitätskontrolle unverzichtbar.

EURO COSMETICS: *Wie entscheiden Sie, welche Düfte Sie anbieten?*

Guido Kaiser: Häufig geben bereits die Vorgaben aus den Kunden-Briefings den Rahmen eines Duftes vor. Auf dieser Basis formulieren wir passende Duftprofile. Die Anforderungen sind dabei sehr komplex: Der Duft muss den aktuellen Trends entsprechen, zur Zielgruppe passen und landesspezifische Vorlieben erfüllen. Auch die Einhaltung von Kundenrestriktionen, zum Beispiel der Verzicht auf bestimmte Inhaltsstoffe, und technische Stabilität müssen gewährleistet sein. Natürlich beobachten wir auch proaktiv Trends und Märkte und bieten den Kunden neue Duftkonzepte an. Unter dem Namen Natura haben wir zum Beispiel gezielt natürliche Duftkompositionen entwickelt, die von den Kunden sehr gut angenommen werden.

EURO COSMETICS: *Ätherische Öle spielen eine wichtige Rolle. Welches sind die wichtigsten Rohstoffe für Sie?*

Guido Kaiser: Es ist gerade die enorme Vielfalt an ätherischen Ölen, die sie für unsere Duftentwicklungen unentbehrlich machen. Je nachdem wie man sie in der Komposition von Parfümölen einsetzt, prägen oder unterstützen sie den Charakter, die Performance und das Profil der Kreation. In der Mundpflege, die für uns einen wichtigen Geschäftsbereich darstellt, ist die Anzahl der verwendeten Öle etwas kleiner. Pfefferminzöl, Menthol und Eukalyptusöl sind hier unverzichtbar, um den gewünschten Geschmack unserer Kunden zu treffen und die Erwartungen der Verbraucher an Frische und Sauberkeit zu erfüllen.

EURO COSMETICS: *Auch Duftkompositionen spielen eine große Rolle. Haben Sie spezielle „Duftnasen“ in Ihrem Unternehmen oder überlassen Sie das den Parfümeuren?*

Guido Kaiser: Die kreative Entwicklung der Duftstoffkompositionen ist die Aufgabe der Parfümeure. Für uns arbeiten sieben Parfümeure aus fünf Nationen. Ebenso wichtig sind unsere Evaluatoren, die die Düfte hinsichtlich ihrer spezifischen Anwendung bewerten und auswählen, sowie der Vertrieb, der die Vorlieben der einzelnen Kunden besonders gut kennt. Wir be-

ziehen außerdem Verbraucher in die Duftentwicklung ein, die wir in internen und externen Verbraucherpanels neue Düfte testen lassen. Natürlich müssen sich unsere Düfte auch im Vergleich mit Benchmark-Düften behaupten.

EURO COSMETICS: *Die Analytik ist Dreh- und Angelpunkt Ihres Unternehmens. Können Sie dies unseren Lesern näher erläutern?*

Guido Kaiser: Ja, das stimmt, die Analytik ist ein unerlässlicher Bestandteil unserer Qualitätskontrolle für Rohstoffe und unsere eigenen Erzeugnisse. Mithilfe der so genannten enantioselektiven Gaschromatographie können wir sowohl einzelne Duftstoffe als auch Duftmischungen genau analysieren und minimale Mengen aller vorkommenden Substanzen nachweisen. Dadurch stellen wir die gleich bleibende Qualität unserer Rohstoffe sicher und können unsere Produkte immer exakt reproduzieren. Beides ist für ein Vertrauensverhältnis zu unseren Kunden sehr wichtig.

EURO COSMETICS: *Kreativität nimmt bei Ihrer Arbeit einen großen Raum ein. Um eine Neuentwicklung durchzusetzen müssen mehrere Faktoren zusammenkommen. Welche?*

Guido Kaiser: In erster Linie müssen die Neuentwicklungen Begehrlichkeiten we-

cken. Das tun sie, indem sie aktuelle Trends perfekt widerspiegeln und die Innovationsprozesse unserer Kunden unterstützen. Bei der Duftentwicklung, die mehrere Monate dauern kann, müssen wir also unserer Zeit immer etwas voraus sein. Um zukünftige Trends „vorhersehen“ zu können, lassen wir uns beispielsweise von Mode oder Musik inspirieren. Und wir beobachten andere trendbestimmende Branchen wie z.B. die Lebensmittelindustrie.

EURO COSMETICS: *Naturkosmetik ist in aller Munde. Wobin geht der Trend aus Ihrer Sicht?*

Guido Kaiser: Wir haben bereits vor einiger Zeit begonnen, uns intensiv mit der Entwicklung natürlicher Parfümöle zu beschäftigen. Noch steht die Naturkosmetik am Anfang ihrer Entwicklung, wird aber in den kommenden Jahren schnell an Bedeutung gewinnen und sich fest in den Regalen etablieren - zunächst hauptsächlich auf dem europäischen Markt, bald aber auch global.

Mit unserem Natura-Sortiment ist Düllberg Konzentra einer der führenden Anbieter von rein natürlichen Parfümkompositionen. Wir verfügen über ein breites Spektrum unterschiedlichster Duftprofile und entwickeln ständig neue Kompositionen, um der stark wachsenden Nachfrage gerecht zu werden.

EURO COSMETICS: *Höchste Reinheit und Qualität sind die Anforderungen, die die Kunden verlangen. Wie stellen Sie dies sicher?*

Guido Kaiser: Wir verfügen über ein strenges Qualitätsmanagement-System und eine lückenlose Qualitätskontrolle. Als GMP-zertifiziertes Unternehmen haben wir eine große Verantwortung, welche wir sehr ernst nehmen. Wir haben direkten Zugriff auf den Ursprung unserer Rohstoffe und geben den Qualitätsstandard für die Rohstoffe, die wir verarbeiten, selber vor. Der Weg jedes Produkts, vom Rohstofflieferanten bis zum Kunden, ist bei uns zu 100 Prozent lückenlos rückverfolgbar. Wir arbeiten nur mit ausgewählten Lieferanten, die wir regelmäßig auditieren. Mit unserer eigenen Destillation und Rektifikation sind wir in der Lage, die physikalischen und chemischen Eigenschaften unserer ätherischen Öle und Rohstoffe so einzustellen, dass ungewünschte naturbedingte Schwankungen ausgeglichen werden und ein immer gleicher Standard gewährleistet ist.

EURO COSMETICS: *Sie sind ein etabliertes, mittelständisches Familienunternehmen und international präsent. Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen noch Entwicklungsmöglichkeiten?*

Guido Kaiser: Unsere Märkte sind sehr dynamisch, und Innovation ist eine der wichtigsten Voraussetzungen sowohl für unsere Kunden als auch für uns, um sich in einem wettbewerbsstarken Umfeld ständig neu zu behaupten. Aber genau das bietet auch große Chancen. Unser Ziel ist es, neue Märkte zu erschließen, Neukunden zu gewinnen und unsere bestehenden Geschäfte weiter auszubauen. Dabei gehen

wir mit großer Sorgfalt vor und setzen unsere Ressourcen gezielt ein.

Sehr gut entwickeln sich unsere Geschäfte, neben unserem Kernmarkt Europa, derzeit im Nahen und Mittleren Osten, wo wir seit 2008 mit einer eigenen Niederlassung in Dubai vertreten sind. Dort werden wir weiter expandieren und unseren Aktionsradius vergrößern. Auch Indien und Afrika sind für uns sehr spannende Märkte mit großem Potenzial, in die wir weiter investieren werden und unsere Organisation ausbauen.

EURO COSMETICS: *Natürliche Materialien zur Parfümherstellung werden knapp, verboten oder sollten aus Artenschutzgründen nicht mehr verwendet werden. Kann sich die Parfümkunst trotz dieser Umstände noch weiter entwickeln?*

Guido Kaiser: Natürlich. Weil wir Naturprodukte einsetzen, haben wir eine sehr große Verantwortung für unsere Umwelt und die nach uns kommenden Generationen; Nachhaltigkeit und „Responsible Care“ stehen bei uns an erster Stelle. Glücklicherweise können restriktiv behandelte Stoffe meistens durch unbedenkliche Substitute ersetzt werden. Riechstoffe mit tierischem Ursprung beispielsweise werden schon lange nicht mehr eingesetzt - und niemand vermisst sie. Die Grundlagenforschung schafft ständig neue, bessere Alternativen. Die Kreativität wird durch diese neuen Inhaltsstoffe sogar oft noch bereichert.

EURO COSMETICS: *Wir bedanken uns für das Gespräch.* ■

The new website!

Get online and explore!

www.eurocosmetics-magazine.com