

Erfolg abseits des Mainstream

Pohl-Boskamp | *Gesundes Wachstum und Gewinn seit über 150 Jahren*

VON DR. WULF-HINRICH MÖLLER

Im Norden und Osten die abwechslungsreiche, hügelige Geestlandschaft, im Westen das flache Dithmarschen, im Süden das weltoffene Hamburg: Darin eingebettet liegt Hohenlockstedt, eine Gemeinde von heute 6 175 Einwohnern im Kreis Steinburg in Schleswig-Holstein, ursprünglich Standort des Königlich-Preussischen Jägerbataillons 27 und Truppenübungsplatz. Als „Lockstedter Lager“ bekannt, führt es erst seit 1956 den heutigen Namen.

Hier, im „Windschatten“ der Metropole Hamburg, hat heute das nach außen hin eher zurückhaltend auftretende pharmazeutische Unternehmen Pohl-Boskamp seinen Hauptsitz. Ganz in der Nähe liegt Itzehoe, Sitz des Druckhauses Prinovis (ehem. Gruner + Jahr), wo wöchentlich Stern, Brigitte, GEO, Gala, Capital und andere millionenfach gedruckt werden – und der Ort ist ICE-Zwischenstopp auf dem Weg von Berlin und Hamburg nach Sylt, der Insel der Schönen und Reichen.

Begonnen hat alles an der Weichsel, nicht an der Stör

Friedrich Schiller erwähnt die Landschaft in seinem „Wallenstein“ und der Nobelpreisträger Günter Grass wohnte jahrelang in der Umgebung. Man sagt, ihn und so manch anderen erinnere die Stör-Landschaft an die Weichselniederung in Ostpreußen.

Denn dort fing alles an – am „anderen Ende“ des Deutschen Reiches, über 1 500 Kilometer vom heutigen Standort entfernt: im Ostpreußen des Jahres 1878. Ganz in die Nähe der alten Hansestadt Danzig führt uns die eine Wurzel zu Georg Gustav Pohl, seiner Dorfapotheke und der chemisch-pharmazeutischen Fabrik in Schönbaum. Die andere, ältere Wurzel reicht bis ins Jahr 1835. Damals wurde in der Berliner Apotheke „Zum weißen Schwan“ die erste deutsche Manufaktur für Gelatinekapseln aufgenommen, aus der später die Berliner Capsules-Fabrik hervorging.

Die Apotheke „Zum weißen Schwan“ gehört nicht nur zu den ältesten Apotheken Berlins, sondern auch zu den bekanntesten. Kein Geringerer als Theodor Fontane verbrachte von 1836 bis 1840 dort seine Lehrjahre. In seiner 1898 erschienenen Biografie „Von Zwanzig bis Dreißig“ hat er diese Zeit im ersten Kapitel behandelt.

600 Kilometer weiter östlich entwickelte sich aus der kleinen Dorfapotheke in Schönbaum bei Danzig die chemisch-pharmazeutische Fabrik G. Pohl, deren Hauptaufgabe in der Herstellung von Gelatinekapseln lag. Grundlage dafür war, schlecht schmeckende Medikamente in Gelatinekapseln zu füllen und damit geschmacksneutral zu machen. Seit 1884 wurden auch magensaftresistente Kapseln hergestellt, die sich erst im Dünndarm auflösten. 1885 ließ sich Pohl das „Verfahren zur Herstellung von Dünndarmkapseln“ mittels Keratin patentieren. Die Produkte des Unternehmens G. Pohl bekamen auf Ausstellungen in Wiesbaden, Wien und London internationale Aufmerksamkeit.

1919 übernahm der Apotheker Kurt Boskamp die Firmenleitung und Danzig-Langfuhr, Berlin und Marienburg/Westpreußen avancierten zu weiteren Stationen der Familiengeschichte. Mit dem Tode Kurt Boskamps im Februar 1945 übernahm sein Sohn Arthur den Betrieb und noch im sel-



Aus einer kleinen Dorfapotheke in Ostpreußen und der Berliner Apotheke „Zum weißen Schwan“ – in der einst Theodor Fontane lernte – hat sich mit Pohl-Boskamp ein innovatives und feines Pharmaunternehmen mit Produkten, die den Patienten schnell und wirkungsvoll helfen, entwickelt (im Bild der hochmoderne Hygienebereich).

Fotos: Pohl-Boskamp



Präzision ist bei der Herstellung von Arzneimitteln gefragt.

ben Monat retteten er und einige Angestellte Maschinen, Herstellungsvorschriften und Vorräte über die Ostsee nach Hamburg und weiter die Stör hinauf bis nach Itzehoe. Im nahe gelegenen Örtchen Lockstedter Lager konnte Arthur Boskamp in einer ehemaligen Kaserne im Sommer 1946 die Produktion wieder aufnehmen.

Heute erwirtschaftet die G. Pohl-Boskamp GmbH & Co. KG mit rund 400 Mitarbeitern einen Umsatz von 70 Mio. Euro. Das Unternehmen produziert und vertreibt rund 50 verschiedene Arzneimittel und Medizinprodukte – nicht nur auf dem deutschen Markt, sondern in 50 Ländern der Welt. Als geschäftsführende Gesellschafterin führt Marianne Boskamp das Unternehmen zusammen mit ihrem Ehemann Dr. Henning Ueck und drei weiteren Geschäftsführern.

Mit Marken wie GeloMyrtol forte (gegen Sinusitis und Bronchitis) oder Nitrolingual (zur Behandlung der koronaren Herz-

krankheit) hat sich Pohl-Boskamp in Deutschland und weltweit einen Namen gemacht. Bei den Akutnitraten hält das Unternehmen einen Marktanteil von 80% in Deutschland und behauptet die Marktführerschaft in den USA, Kanada und weiteren wichtigen Nationen. Das Produktportfolio umfasst rund 50 Arzneimittel und Medizinprodukte in den Bereichen Atemwege, Herzkreislauf, Schlaf, Urologie und Parasitologie.

Innovationen zum Wohle des Patienten sind das Ziel des Unternehmens: So konzentriert sich Pohl-Boskamp bei seinen Aktivitäten im Bereich Forschung und Entwicklung darauf, die Darreichungsformen bereits erprobter Substanzen zu verbessern, damit Medikamente für den Patienten einfacher, angenehmer und sicherer werden. Weltweit hat das Unternehmen als Erstes den Wirkstoff Glyceroltrinitrat in einem Spray angeboten und damit eine schnelle, lebensrettende Darreichungsform gefunden.



Arbeiten unter Reinraumbedingungen bei Pohl-Boskamp.

Ein gutes Beispiel für die Innovationskraft von Pohl-Boskamp ist die Entwicklung des neuartigen Medizinprodukts Nyda L zur Bekämpfung von Kopfläusen – der zweithäufigsten Infektionskrankheit bei Kindern nach Erkältungen. Das Produkt wurde zum „Kassenschlager“, vielleicht weil Nyda L ein ungewöhnliches Wirkprinzip verfolgt. Im Gegensatz zu herkömmlichen insektizidhaltigen Präparaten, die das Nervensystem der Parasiten lähmen, wirkt Nyda L rein physikalisch: Sein Inhaltsstoff Dimeticon dringt tief in die Atemwege der Parasiten, verklebt sie und lässt sie ersticken. Nyda L wirkt schnell, sicher und effektiv gegen Kopfläuse – ohne giftige Insektizide. Dieser innovative Wirkansatz schließt Nebenwirkungen aus und verhindert, dass die Parasiten resistent werden können. Nicht nur therapeutisch, auch wirtschaftlich engagiert sich Pohl-Boskamp für die Interessen der Patienten. So hat das Unter-



Oben: Zentrale in Hohenlockstedt. Unten: Marianne Boskamp führt das Familienunternehmen.

nehmen beispielsweise vor dem Europäischen Gerichtshof durchgesetzt, dass der Gemeinsame Bundesausschuss, der darüber entscheidet, welche Medikamente erstattet werden, künftig die Transparenzrichtlinie beachten und damit seine Entscheidungen begründen muss. In diesem Sinne ist Pohl-Boskamp auch als engagiertes Mitglied des Bundesverbandes der Pharmazeutischen Industrie aktiv, wo das Unternehmen im Vorstand vertreten ist.

Im Zentrum der gelebten Unternehmenskultur steht der einfache Gedanke, dass sich jeder Mitarbeiter einbringen kann und muss, auch mit seinen Sorgen und Problemen, so Marianne Boskamp. „Dann helfen wir, tun alles von der Unternehmensseite her, um eine Lösung zu finden.“ Interessante Aufgaben, kurze Wege, projektorientierte Strukturen und Mitarbeiter, die sich gut kennen, so lautet der Ansatz. Neben flexiblen Arbeitszeiten bie-

tet die Personalabteilung rund 35 unterschiedliche Teilzeit-Modelle an, die auch von Führungskräften wahrgenommen werden. Mit einem zufriedenen Schmunzeln auf den Lippen erzählt Marianne Boskamp, dass sich nun endlich auch ein männlicher Mitarbeiter in die Elternzeit verabschiedet habe.

„Anders als andere Firmen schätzen wir es, uns mit Problemen zu beschäftigen und Lösungswege zu finden“, so Marianne Boskamp. „Auf der anderen Seite fragt man sich vor dem Hintergrund notwendiger Wachstumsraten, wie groß muss man sein, um in der Wirtschaft mitspielen zu können und ob man zum Wachstum eigentlich verdammt ist“, so die Unternehmenschefin Marianne Boskamp kritisch.

Engagement für die Interessen der Patienten

Doch Marianne Boskamp scheint das Betrachten aus unterschiedlichen Blickwinkeln Freude zu bereiten und sie fühlt sich ganz und gar als Fabrikantin, sieht voller Stolz ihre Verantwortung und freut sich über die heterogenen Biografien ihrer Mitarbeiter. „Gegensätze, eben auch Querdenker bringen uns voran“, so die stolze Fabrikantin.

Typisch sei, „und das machen wir anders als andere, dass wir zum Beispiel alte Maschinen aufkaufen und sie wieder aufmöbeln. Ganz im Gegensatz zu anderen Firmen, die outsource, sourcen wir in, machen wir alles selber. So sind Forschungsaufträge, die nach draußen gehen, sehr teuer. Also bleiben sie im Hause“, so Marianne Boskamp.

„Wir wollen mit unseren Produkten nicht das ewige Leben verkaufen! Wir wollen mit dem Produkt akut helfen“, so die Firmenchefin. Als Beispiel nennt sie das Läusemittel, dem augenblicklichen Renner im Produktportfolio. Das Produkt soll einfach genommen werden und wirken. „Unsere Strategie ist nicht, dass ein Patient 30 Jahre lang ein Medikament schlucken muss“, so die engagierte Diplomkauffrau abschließend.

Szenenwechsel: In den Favelas Brasiliens, den Slum-Vierteln der Großstädte, gehen die männlichen Bewohner höchstens einmal Gelegenheitsarbeiten nach oder versuchen sich als Straßenverkäufer, manche Frauen finden Jobs als Haushaltshilfen. Viele schlagen sich die Zeit tot, nicht selten mit Alkohol, Gewalt ist an der Tagesordnung.

Die von Pohl-Boskamp unterstützte Mandacaru-Stiftung feierte vor kurzem ihr sechsjähriges Bestehen. Anlässlich einer Kampagne gegen das tödlich verlaufende Dengue-Fieber sowie Fuß entstehende Sandflöh-Infektionen kam es zu intensiven Gesprächen mit Köpfen der Gemeinschaft. Schnell wurde klar, dass die Lebensbedingungen nur verbessert werden können, wenn Gesundheitsprojekte mit sozialer Arbeit und Bildungsangeboten kombiniert werden. Mit viel Überzeugungsarbeit, Eigeninitiative und Spenden wurde in einem typischen Haus in der Favela ein Kindergarten eingerichtet mit Küche, Dusch-, Büro- und Lagerraum. Der Erfolg und vor allem das Lachen der Kinder ermutigten zum Weitermachen.

Mandacaru ist die volkstümliche Bezeichnung für eine Kaktusart im Nordosten Brasiliens, die auch unter widrigsten Umständen überlebt.

Preiserhöhungen bei Süßem sind realisierbar

Lambertz | *Auf Wachstumskurs – vor allem im Ausland*

Vor genau 30 Jahren hatte Dr. Hermann Bühlbecker als direkter Nachfahre des Bäckereigründers in neuer Generation die Leitung des Aachener Printenherstellers Henry Lambertz GmbH & Co. KG mit einem Umsatz von etwa 8 Mio. Euro übernommen. Heute ist der Süßwarenxperte nicht nur Alleininhaber der Lambertz-Gruppe, sondern dirigiert einen Konzern mit über 500 Mio. Euro Umsatz, mehr als 3 400 Mitarbeitern, sieben Produktionsstätten mit 25 Backstraßen und verschiedenen Speziallinien (Dominosteine, Waffeln, Pralinen) und steht mit seinem ebenfalls traditionsreichen Mitbewerber Griesson de Beuke-laer auf Augenhöhe. Der Aufschwung des Mittelständlers aus dem Dreiländereck resultiert sicher aus seiner kalkulierten Risikobereitschaft. So hatte Bühlbecker, der mittlerweile durch zahlreiche Sponsoring-Aktivitäten (unter anderem Orden wider den tierischen Ernst, Tennis, Dressurnationalmannschaft) auch international bekannt ist, im Lauf der vergangenen Jahre die Mitbewerber Kinkartz, den Premium-Gebäckhersteller Haerberlein-Metzger sowie Weiss übernommen. Er war auch einer der Ersten, der seine Produktlinie zum Ganzjahresgebäck öffnete, ohne den traditionellen Bereich der Saisonprodukte (Printen, Dominosteine) zu vernachlässi-



Herr der Aachener Printen in neuer Generation: Dr. Hermann Bühlbecker, Chef der Lambertz-Gruppe, samt Erfolgsprodukt.

Foto: Lambertz

gen und der Märkte im Osten aufbereitete. Als Privatunternehmen mit der Bekanntheit von Geschäftszahlen eigentlich recht zurückhaltend, präsentierte Bühlbecker die Geschäftszahlen 2007/08 (30.6.) mit einer Umsatzsteigerung der Gruppe um

7,4%. Damit war zum ersten Mal in der über 320-jährigen Unternehmensgeschichte mit einem Umsatz von 506,8 Mio. Euro die magische Halbe-Milliarden-Marke überschritten worden. Mit einem Wachstum von 6,1% waren die Saisonartikel Basis für den Erfolg, denn sie machen 34% des Gesamtumsatzes aus. In diesem Teilbereich legten die Dominosteine mit plus 18% besonders stark zu. Auch Haerberlein-Metzger, unverändert Premiumhersteller bei Saisongebäck, wuchs mit plus 18,7% besonders stark.

Von Polen über Kasachstan bis zur Ukraine

Die Jahresartikel in der Lambertz-Gruppe steigerten ihren Umsatz um 8,1%. Parallel mit dem Inlandsumsatz weitete sich auch der Auslandsumsatz aus, etwa um plus 28,6% auf 42,7 Mio. Euro in Polen. Das Osteuropa-Engagement soll weiter Richtung Kasachstan und Ukraine ausgebaut werden. Erfolgreich Fuß gefasst hat Lambertz auch in den USA, seit die Aachener Produkte in allen Lebensmittelketten gelistet sind, und in China.

Das Wachstum soll sich fortsetzen, Bühlbecker rechnet im laufenden Jahr mit einem prozentual zweistelligen Zuwachs. Ein Teil davon werde auf Preiserhöhungen zurückzuführen sein, räumte Bühlbecker

ein, denn aufgrund der in die Höhe geschellten Rohstoffpreise müssten erneut die Preise angehoben werden, was diesmal vom Handel an die Verbraucher weitergegeben werden müsse. Denn die bereits vor einem Jahr erfolgte Preiserhöhung (um 10%) platze mitten in die Weihnachtssaison, sodass der Handel die höheren Preise selbst verkraften musste.

Lambertz jedoch ist optimistisch, dass die Nachfrage nach Printen, Lebkuchen oder Dominosteinen nicht einbrechen werde, da die Verbraucher zunehmend Qualität schätzten und höhere Preise akzeptierten. Je 100 Gramm Süßwaren könnten die Preise von derzeit im Schnitt 79 Cent auf bis zu 85 Cent (plus 8%) steigen und seien damit weltweit noch immer mit den niedrigsten. „Wir leben vom Verzicht während des Jahres und von der Vorfreude auf die Saisonprodukte und beim Wunsch nach Leckereien ist der Verbraucher nicht ganz so preisbewusst“, sagte Bühlbecker. Weil es Verbraucherwunsch sei, habe er auch keine Bedenken, dass das Herbst-/Weihnachtsgebäck immer früher in den Regalen auftauche. Aktuelle Verkaufszahlen scheinen Bühlbecker zu bestätigen, denn bereits zwei Wochen nach der Erstauslieferung von Kräuterprinten, Zimsternen oder Schokoladenherzen hat der Handel bereits nachgeordert. *law*

Strategie gegen Turbulenzen

Lanxess | *Markteintritt in Russland*

Der Spezialchemie-Konzern Lanxess AG, Leverkusen, ist mit dem Geschäftsverlauf in diesem Jahr zufrieden und sieht sich auch für die kommenden Jahre gut aufgestellt. „Ich bin für die absehbare Zukunft ungeachtet des schwerer werdenden Marktumfelds sehr zuversichtlich“, resümierte Axel C. Heitmann, Vorstandsvorsitzender von Lanxess. Das dritte Quartal 2008 entwickelt sich, so Heitmann, gut. Für das Gesamtjahr 2008 rechnet er unverändert mit einer abermaligen operativen Umsatzsteigerung; weiterhin wird das EBITDA vor Sondereinflüssen bei über 700 Mio. Euro erwartet.

Heitmann stellte auf dem Medientag in Köln die Strategie vor, mit der sein Unternehmen den weltwirtschaftlichen Turbulenzen entgegensteuern will. Der Konzern setzt dabei auf drei Säulen: Neben organischem Wachstum durch Investitionen in bereits existierende Geschäftsfelder wird Lanxess auch die Möglichkeit zielgerichteter Zukäufe nutzen. Dieses externe Wachstum soll das Produktportfolio des Unternehmens sukzessive verbreitern und stärken. Die dritte Säule ist die Forschung und Entwicklung innovativer Produkte.

Im Fokus der Expansion steht insbesondere ein verstärktes Engagement in den BRIC-Staaten. Neben den erfolgreichen Wachstumsprojekten in Brasilien, Indien und China bereitet Lanxess deshalb nun

den Eintritt in den russischen Markt vor. So wird der Konzern 2009 mit einer eigenen Landesgesellschaft in Russland an den Start gehen. In einem ersten Schritt wird eine Niederlassung in Moskau eröffnet, um eine Plattform in den Ländern der GUS aufzubauen. In Russland wächst der Chemiemarkt um jährlich mehr als 5%. „Davon müssen und wollen wir in signifikantem Ausmaß künftig profitieren“, so Heitmann. „Wir sehen für uns deutliche Entwicklungsmöglichkeiten und werden unsere Marktanteile konsequent ausbauen. Wir halten ein jährliches Umsatzwachstum von bis zu 10% für realistisch“, sagte der Lanxess-Chef.

Eine positive mittelfristige Entwicklung erwartet Lanxess in Russland insbesondere in den wichtigsten Zielmärkten, also der Automobilproduktion (plus 9% pro Jahr), der Elektro-/Elektronikindustrie (plus 5% pro Jahr) und der Bauindustrie (plus 8% pro Jahr). Derzeit werden in Russland vor allem Hightech-Kautschuke und Kautschukchemikalien sowie Ionenaustauscherharze von Lanxess nachgefragt. Die neue Gesellschaft mit Sitz in Moskau wird ihr operatives Geschäft zum 1. Januar 2009 aufnehmen. Bis 2009 wird der Konzern insgesamt 1 Mrd. Euro weltweit investiert haben. Mehr als die Hälfte dieser Summe wird dann in die deutschen Stammwerke geflossen sein.