

Mit alternativer Konservierung den Markt erobern

Ein Gespräch mit Dr. Carsten Dietz, R&D/Quality Director, Cosphatec

EURO COSMETICS: *Cosphatec gehört seit über 10 Jahren zu den führenden deutschen Unternehmen, die hochwertige Rohstoffe für die Kosmetikindustrie herstellen und vertreiben. Was macht Sie so erfolgreich?*

Dr. Carsten Dietz: Unsere Mitarbeiter gepaart mit exzellenter Qualität, Zuverlässigkeit und Kundenservice. Das sind die wichtigsten Eckpfeiler für unseren Erfolg. Die beste Qualität reicht nicht aus, wenn die Produkte nicht erklärt und die verschiedenen Möglichkeiten dem Kunden nicht nähergebracht werden. Die besten Fachleute formen sich nicht automatisch zu einem erfolgreichen Team. Unsere Mitarbeiter stehen hinter den hohen Idealen und der Firmenphilosophie. Ich denke, der Kunde spürt, ob er es mit einem ehrgeizigen Anbieter zu tun hat oder aber, wie in unserem Fall, mit einem hochmotivierten Team, das individuell auf Wünsche eingeht und auch in regulatorischen sowie qualitätsrelevanten Fragen weltweit unterstützt. Wir sind über die Jahre mit dem Erfolg unserer langjährigen Kunden gewachsen.

EURO COSMETICS: *Alternative Konservierung gehört zu Ihrem Kerngeschäft. Worin liegt das begründet?*

Dr. Carsten Dietz: Wir sind keine Chemikalienhändler, wir produzieren hochwertige und erklärungsbedürftige Produkte, was nicht jeder kann. Ein Großteil unserer Rohstoffe dient dem Schutz der Kosmetikprodukte unserer Kunden. Die alternative Konservierung ist dabei wohl das anspruchsvollste Gebiet, da jede Formulierung anders ist und jeder Kunde individuelle Vorgaben hat und Ziele verfolgt. Schon frühzeitig hat die Cosphatec die Eigenschaften und das Potenzial der alternativen Konservierung erkannt. Eine starke Idee und Vision, die wir bis heute verfolgen und ausbauen und die weltweit immer stärker in den Fokus rückt.



EURO COSMETICS: *Und was bezeichnen Sie als Multifunctionals?*

Dr. Carsten Dietz: Multifunctionals sind Rohstoffe, die möglichst viele positive Eigenschaften mit sich bringen. Eine der positiven Eigenschaften ist die antimikrobielle Wirkung. Ein Multifunctional ist bildlich gesprochen keine chemische Atombombe, die alles abtötet. Es ist vielmehr ein Skalpell, das richtig eingesetzt, viele positive Eigenschaften mit sich bringt und einen zielgerichteten Produktschutz bietet. Kurz gesagt machen Multifunctionals das Endprodukt sicherer und verträglicher.

EURO COSMETICS: *Wie profitieren Kunden von Ihrem Forschungswissen?*

Dr. Carsten Dietz: Mittelständische Unternehmen wie die Cosphatec sind schneller und flexibler als chemische Großkonzerne. Wir können daher viel individueller Kundenwünsche berücksichtigen und in unsere Forschung einfließen lassen. Das fängt im Kleinen an, wenn wir z. B. für einen einzelnen Kunden Versuche im Labor an-

setzen. Der Kunde bekommt präzise Antworten auf seine Fragen bzw. ausführliche Beratung zu Interaktionen des Rohstoffs – gleichzeitig wächst unsere Erfahrung. Länderspezifische Anforderungen sind ein weiterer Punkt. Forschung, die auf den asiatischen Kosmetikmarkt abzielt, kann schon morgen von Interesse auch für die europäischen oder amerikanischen Kunden sein. Unsere langjährige Erfahrung mit dem Produktschutz ist extrem hilfreich für den Kunden, da wir Probleme frühzeitig erkennen und vermeiden können. Wir haben sehr hohe Ansprüche an die Qualität unserer Rohstoffe und sind stets auf der Suche nach spannenden Innovationen. Hilfreich für die zügige Umsetzung solcher Projekte sind schnelle Entscheidungswege durch flache Hierarchien und auch ein wenig Mut und Vertrauen in die Idee.

EURO COSMETICS: *Mit den Cosphaderm®- und Cosphagard®-Serien haben Sie eine Produktvielfalt entwickelt, die ein Alleinstellungsmerkmal hat. Worin liegt hier die Besonderheit?*



Dr. Carsten Dietz: Wir wollen möglichst flächendeckend die Wünsche unserer Kunden erfüllen. Dies ist vielleicht mit der Automotive Industrie vergleichbar. Von heute auf morgen werden nicht alle auf Elektroautos umsteigen. Der Kosmetikmarkt in Südostasien z. B. ist auf einem anderen Stand als der europäische. Wir wollen die Kosmetikprodukte unserer Kunden verbessern, ohne dabei antimikrobiellen Schutz einzubüßen zu müssen. Die Cosphagard®-Serie (Mischung aus Multifunctionals und Konservierungsmitteln) zielt auf jene Kunden ab, die Konservierungsstoffe reduzieren wollen, aber noch nicht bereit für einen vollkommenen Verzicht sind. Innerhalb der Cosphaderm®-Serie gibt es synthetisch hergestellte Rohstoffe, die chemisch identisch mit den Naturstoffen sind, aber eben günstiger. Die Königsklasse sind dann die zertifizierten natürlichen Multifunctionals.

EURO COSMETICS: *Wie gelingt es Ihnen, Trends rechtzeitig zu erkennen und in Ihr Portfolio zu integrieren?*

Dr. Carsten Dietz: Dies ist eine Kombination aus entwickelter Erfahrung, enge Beobachtung der verschiedenen Märkte, flacher Unternehmenshierarchie zur schnellen Umsetzung und last but not least der enge Austausch mit unseren Kunden. Auch die Zusammenarbeit mit unseren globalen Distributoren sowie regelmäßige Workshops helfen uns dabei, Trends zu erkennen bzw. marktspezifische Produkte zu entwickeln.

EURO COSMETICS: *Welches Erfolgsrezept haben Sie, um dem jeweiligen Kunden herausragende Qualität und produktspezifi-*

sche Beratung bieten zu können?

Dr. Carsten Dietz: Ein hervorragendes Team an Mitarbeitern, die sich für die Belange des Kunden einsetzen und zusammen kämpfen, um die verschiedensten Ziele zu erreichen. Die Qualitätskontrolle wird ausschließlich bei uns in Deutschland durchgeführt, dies gilt auch für unsere chinesische Tochtergesellschaft. Natürlich verursacht dies zusätzliche Kosten – aber die Qualität steht bei der Cosphatec an erster Stelle.

EURO COSMETICS: *Was tun Sie, um Ihre Positionierung auf dem Markt zu halten?*

Dr. Carsten Dietz: Erfolg braucht Freiräume und kein Korsett und ist zudem eine ewige Baustelle. Wer glaubt, alles erreicht zu haben, befindet sich im Stillstand oder droht sich nur noch rückwärts zu bewegen. Wir kennen unsere Stärken, bauen diese weiter aus und sind überzeugt, dass wir noch lange nicht am Ziel sind, eher erst am Anfang.

EURO COSMETICS: *In welchen Regionen sind Sie besonders stark vertreten?*

Dr. Carsten Dietz: Der deutsche und europäische Markt sind derzeit noch die Stärksten, hier sind wir auch schon am längsten aktiv. Die Wachstumszahlen in der Region Asien-Pazifik steigen rasant an, nicht zuletzt durch die Gründung unserer Tochtergesellschaft in Shanghai. Grundsätzlich sind alle Märkte für uns von Interesse und wir werden global immer stärker aktiv werden – durch den Ausbau unseres Sales-Teams und durch strategische Partnerunternehmen.

EURO COSMETICS: *Welchen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten Sie?*

Dr. Carsten Dietz: Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Thema bei der Cosphatec; es ist für uns selbstverständlich, umwelt- und ressourcenschonende Rohstoffe von höchster Qualität zu entwickeln, herzustellen und zu verkaufen. Unsere Strategie ist auf grüne und biologisch abbaubare Rohstoffe ausgerichtet.

Unsere qualitativ sehr hochwertigen Produkte werden regelmäßig an die sich ständig ändernden Bedürfnisse unserer Kunden angepasst und erfüllen die unterschiedlichen Anforderungen der internationalen Märkte und der Gesetzgebung. In erster Linie erfüllen sie natürlich unseren Anspruch vor allem an die alternative Konservierung: die risikoreichen Parabene als Konservierer durch natürliche Substanzen und nachwachsende Rohstoffe zu ersetzen.

Mit unserem internationalen Portfolio aus namenhaften Kooperationspartnern weltweit, achten wir verantwortungsbewusst auf den zertifizierten Anbau und Produktion von hochwertigen Rohstoffen. Produkte, die z. B. auf Palmöl basieren, sind in RSPO-Qualität verfügbar. Mithilfe eines Umsetzungsplans arbeiten wir bereits zusammen mit unseren Partnern intensiv an einer verantwortungsvollen globalen Palmöl-Beschaffungspolitik.

EURO COSMETICS: *Wie sehen Sie die zukünftige Entwicklung in Ihrem Unternehmen?*

Dr. Carsten Dietz: Vielversprechend. Wir haben noch sehr viele Ideen, die wir umsetzen und ggf. auch patentieren lassen wollen. Wir sind zudem auch überzeugt, dass wir vieles noch optimieren können. Das Feedback unserer Kunden ist blendend, dennoch ruhen wir uns nicht darauf aus. Wir wollen weiter wachsen, die Welt erobern und dazu beitragen, Kosmetikprodukte für den Endverbraucher sicherer und besser zu machen. Unser Wachstum darf aber nie zulasten unserer Kunden gehen.

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