

EINE PASSION FÜR DIE DERMOKOSMETIK

Vom Ärztebesucher zum Vorzeige-Unternehmer: In seiner Karriere hat Hansjörg Netzer vor allem Highlights feiern können. Ein Gespräch auch über die Zukunft der Dermokosmetik und die Kunst, den Ruhestand in einen Unruhestand zu verwandeln.

Text: Jürg Lendenmann



Prägte den Dermokosmetik-Markt nicht nur in der Schweiz entscheidend: Hansjörg Netzer.

Sich während einer 40-jährigen Karriere in der Pharma- und Dermokosmetik-Branche nur bei drei Weltkonzernen zu engagieren, das sei eher ungewöhnlich, gibt Hansjörg Netzer zu. Der Pharmacy Business Unit Director und Member of the Beiersdorf Board erinnert sich: «Ich begann als Ärztebesucher bei Sandoz, baute das OTC-Geschäft mit Marken wie Neocitran und Dynamisan auf, wurde in jungen Jahren Geschäftsleitungsmitglied und Business Unit Manager OTC.» Dann lockte die Dermokosmetik.

Fast ein Leben für die Dermokosmetik

Bei L'Oréal konnte Netzer als Zonendirektor DACH das Dermokosmetikgeschäft mit den Marken Vichy, La Roche-Posay und Innéov aufbauen. «Ich war der einzige Nichtfranzose im Board von L'Oréal in Paris», erinnert er sich. In jener Zeit habe er auch seine heutige Lebenspartnerin Annick Magnin kennengelernt, die für ihn La Roche-Posay innerhalb von acht Jahren nach Markteintritt zur Nummer zwei auf dem Schweizer Markt führte.

Deutlich über 50, einem Alter, in dem «Männer von einer Harley oder einem Aston Martin träumen», peilte der erfolgreiche Unternehmer ein anderes Ziel an: «Ich wollte eine weitere Dermokosmetik-Marke erfolgreich in der Schweiz lancieren.» Möglich wurde dies, weil ihm Beiersdorfs Vice President bei diesem Vorhaben aussergewöhnliche strategische Freiheiten zusicherte. Netzer: «Ich habe mit meinem Team ein Markteinführungsmodell entwickeln können, das als Swiss Modell auch in vielen anderen Ländern erfolgreich umgesetzt wurde. Als Mitglied des International Boards konnte ich zudem die strategische Stossrichtung der Marke Eucerin in all den Jahren mitprägen.»

Eucerin und das Erfolgsmodell Schweiz

Eucerin stehe wie kaum eine andere Marke für wissenschaftliche Hautkompetenz, für technologische Entwicklungen im Bereich der Dermokosmetik sowie für basistherapiebegleitende Anwendungen beim Dermatologen, sagt Netzer. Doch warum hatte sich die Marke trotz über 100-jähriger Erfahrung und intensiver Hautforschung vorher in der Schweiz nicht durchsetzen können? Und wieso gelang es gerade Netzer und seinem Team, Eucerin innerhalb von neun Jahren zur Leadermarke in Gesichts- und Körperpflege zu pushen?

Netzer nennt verschiedene Gründe: Hohe Qualitätsstandards in der Produktentwicklung, Wirkstoffe mit hoher Wirksamkeit und bester Verträglichkeit, auch bei höchst sensibler Haut. «Doch nicht nur das Produkt-Portefeuille ist für den Erfolg verantwortlich, sondern ebenso die individualisierte Marktbearbeitungsstrategie und die in der Umsetzung gelebte Win-win-Partnerschaft mit unseren Geschäftspartnern.»

Ein weiterer Erfolgsfaktor sei, dass er auch bei Eucerin auf ein starkes Frauenteam zählen konnte. Während der ersten drei Jahre nach der Eucerin-Einführung habe die Naturwissenschaftlerin Annick Magnin den Erfolg entscheidend mitgeprägt. «Dann fand ich in Eileen Stagat eine ausgezeichnete Unterstützung und neugierige Sparringspartnerin.»

Highlights und ein schmerzhaftes Lowlight

Wieso ist es Hansjörg Netzer gelungen, so vielen Marken zum Durchbruch zu verhelfen? «Entscheidend war die grosse Autonomie, die mir während meiner ganzen Karriere zugestanden wurde», sagt er.

Neben vielen Highlights habe aber auch er Lowlights erlebt, wobei ihn eine Niederlage besonders schmerzte: «Während meiner 12 Jahre bei L'Oréal hatte ich eine 6,5-Tage-Woche – übte stets vier bis fünf Jobs gleichzeitig aus. Work-Life-Balance war für mich ein Fremdwort, was sich negativ aufs Privatleben ausgewirkt hat.»

Zukunftschancen der Dermokosmetik im Fachhandel

Welche Zukunftschancen räumt der profunde Kenner der Dermokosmetik ein? Netzer: «Der Fachhandel leidet unter einer Margenerosion im Rx-Bereich sowie an Frequenzverlust. Lediglich mit exklusiven Serviceleistungen und dem Ausbau der Freiwahl kann dieser Negativtrend gebrochen werden. Die Kategorie der Dermokosmetik ist bezüglich Umsatz und Rentabilität pro Laufmeter die attraktivste Katego-

rie der Freiwahl, und das Restpotenzial ist bedeutend – auch wegen der sich verändernden Lebens- und Umweltbedingungen sowie des hohen ganzheitlichen Körperbewusstseins von Herr und Frau Schweizer.»

Der wichtigste Faktor, um die drei Bereiche Trends, Markt und Konsumenten erfolgreich zu verknüpfen, sei die Persönlichkeit der beratenden Personen im Fachhandel. «Zudem: Je mehr Verständnis, Kommunikation und Fachkompetenz zusammenwirken, umso mehr entscheidet sich die Kundin für Qualität und ist auch bereit, dafür etwas zu bezahlen. Also, weg von der seit drei Jahren wütenden Rabattschlacht am POS.»

Um die Kompetenz von Mitarbeitenden von Apotheken und Drogerien zu fördern, habe Eucerin dieses Jahr einen neuen Weg eingeschlagen: «Wir investieren viel in die Kombination von Produkteschulung mit Infotainment», sagt Netzer (s. a. Seite 48).

Was bleibt, ist die Veränderung

Am 1. Juli 2015 ist Hansjörg Netzers langjährige Marketing Directrice Eileen Stagat in seine Fussstapfen getreten. Doch Netzer wäre nicht Netzer, wenn er seinen Ruhestand nicht zum

Unruhestand wandelte. «Der Wunsch, mitgestalten zu können, bleibt bestehen», schmunzelt er. Bereits hat er bei Beiersdorf einen internationalen Consulting-Vertrag unterzeichnet und das erste Mandat in Angriff genommen: Der «Dermokosmetik-Guru» – so eine Stimme aus dem Markt – wird die Marke weiterhin strategisch im In- und Ausland begleiten. Zudem ist er offen für weitere Teilmandate im Gesundheitsmarkt, wo er sein Know-how einbringen kann.

Etwas liegt Hansjörg Netzer am Schluss des Gesprächs noch am Herzen: «Ich möchte allen Personen für die Jahre der persönlichen und oft auch freundschaftlichen Zusammenarbeit, des ständigen Vertrauens in meine Person und für die gewinnbringende Umsetzung gemeinsamer Geschäftsideen herzlich danken.»

PS: Ein kommendes Highlight hat Netzer der OTX World verraten: Im September werden er und seine Lebenspartnerin Annick Magnin sich trauen lassen. Wir gratulieren herzlich. //