

Wohin führt der Weg?

Nach 16 Jahren in der Position als Hauptgeschäftsführer bei Estée Lauder Deutschland übernimmt Heinz-Walter Hinrichs den Bereich Pan European Business and Account Development im Lauder-Konzern - In Anbetracht des Zeitgeistes ein zukunftsorientierter Weg. Mit PARFÜMERIE AKTUELL sprach er über seine Art, erfolgreich zu sein oder mit den Mitarbeitern umzugehen, über E-Commerce und über die Chancen der Parfümeriebranche in der Zukunft.



Parfümerie aktuell: In Deutschland hatten Sie bereits alle Hände voll zu tun, jetzt sind Sie verantwortlich für

ganz Europa. Was kommt in dieser neuen Position auf Sie zu?

Heinz-Walter Hinrichs: Nach dem Börsengang hat Estée Lauder Companies mehrere Marken dazu erworben. Diese gilt es nun im europäischen Markt zu platzieren. Vom Büro in London aus werden die Konzeptstrategien für Distribution und Lancierungen ausgearbeitet und realisiert. Neue Linien, wie etwa Stila, Jane oder hair care, die bis jetzt bei Estée Lauder Companies fehlten, werden nun in Europa eingeführt.

Durch Ihre kompetente Karriere sind Sie für viele Vorbild in dieser Branche.

Wie lautet Ihre Erfolgsformel?

H.-W. Hinrichs: Es war zunächst ein Risiko! Als mir vor 16 Jahren der Lauder-Konzern den weltweit drittstärksten Markt neben Japan anvertraute, wurde ich mit 33 Jahren der jüngste Generalmanager im Unternehmen. Eine genaue Formel habe ich nicht, doch

Heinz-W. Hinrichs im Jahr 2000 vor seinem Amtsantritt bei Pan European Business and Account Development.

kann ein Manager immer nur gut sein, wenn er Vertrauen in die Mitarbeiter und in deren erfolgreiche Entwicklung hat.

Wie haben Sie es verstanden, Disziplin und Menschlichkeit im Umgang mit Mitarbeitern so gut zu verbinden?

H.-W. Hinrichs: Die Position nicht auf den Sockel stellen und Mitarbeitern die Möglichkeit geben, durch genügend Freiraum eigene Entscheidungen zu treffen. Allerdings kann nicht jeder damit umgehen, und das sollte man dann auch erkennen.

Was braucht eine Führungspersönlichkeit in unserer Branche, um so viele Jahre an der Spitze zu bleiben?

H.-W. Hinrichs: Nie mehr versprechen als zu halten ist und unbequeme Wahrheiten nicht unterdrücken! Besser ist es, offen und klar Probleme an- und auszusprechen. So kann es im positiven Fall nur besser werden. Für die Zusammenarbeit Teams sind klare Strukturen der Kompetenzen wichtig. Wenn jeder den eigenen Bereich hundertprozentig ausbauen möchte, hat er selbst viel zu tun. Als Geschäftsführer haben Sie eine Coaching-Funktion und tragen die Verantwortung.

Bereits vor längerer Zeit erkannten Sie die Wichtigkeit von E-Commerce, entgegen der verbreiteten Meinung, E-Commerce bedrohe die Parfümerie-Branche. Sie sehen im elektronischen Geschäft sogar eine große Chance - wie soll das funktionieren?

H.-W. Hinrichs: Bis zur Selbstverständlichkeit von Internet und E-Commerce im täglichen Leben wird sicher noch einige Zeit vergehen. Laut Aussage der Experten bedeutet E-Commerce in den nächsten zwei bis drei Jahren eine Umsatzsteigerung von maximal 10 Prozent. Vorerst bleibt also der virtuelle

Einkauf in der Kosmetikbranche mit die Beschaffung von vertrauten Produkten begrenzt. Doch hier ergeben sich einmalige Möglichkeiten, um dem Endverbraucher unsere Marke schnell und unkompliziert näher zu bringen. Wichtig dabei ist auch, dass die Darstellungen von den Firmen vorgenommen werden und sie somit auch selbst für die Inhalte verantwortlich sind. Unser Marketing-Team in New York arbeitet derzeit an einem Datenträger, der den Kunden in absehbarer Zukunft über Aktivitäten, Details und Philosophien informieren soll. Dieses Medium stellt auf lange Sicht eine große Arbeitsleichterung und Unterstützung für Parfümerie-Mitarbeiter dar, denn bei der Anzahl von Produkten ist es enorm schwer, noch im Detail zu stecken und entsprechend zu



argumentieren. Über einen zusätzlichen Business to Business-Service, der nur über Coxe für Depositäre einsehbar ist, werden Trainings und interne Informationen jederzeit abrufbar sein.

Bedeutet E-Commerce das Aus für den Depotvertrag oder was tritt an dessen Stelle?

H.-W. Hinrichs: Nein, auch wenn die Möglichkeit des Erwerbes über Internet besteht, so kann kein Produkt direkt über unsere Firma sondern

Heinz-W. Hinrichs bei seinem Amtsantritt im Jahr 1985.

weiterhin nur über den Depositär bezogen werden. Es ist eher wie eine Ergänzung zum Depotvertrag zu sehen. Mit qualitativen Bedingungen, um den selektiven Vertrieb sicher zu stellen. Bei Nutzung führt ein Link den Endverbraucher direkt auf unsere Info-Page und er

erhält so alles Wissenswerte mit einem Klick. Nach der Auswahl seiner Produkte führt die Bestellung zurück zum Depositär, über den dann alles Weitere abgewickelt wird.

Viele Branchen boomten, andere kämpfen ums Überleben. Wie beurteilen Sie die Zukunft der Parfümeriebranche?

H.-W. Hinrichs: Der Einzelhandel wird selbst im Verdrängungswettbewerb wachsen, wenn er sich auf die Entwicklungen einstellt und damit vertraut macht. Die Parfümerie-Branche steht in Zukunft mehr im Zeichen von Wellness, Atmosphäre, Aktivität und Training, um den heutigen Ansprüchen Rechnung zu tragen. Nur wer eine klare Vertriebs- und Distributionspolitik mit glaubwürdigem Marketingkonzept vorweisen kann, wird auf Dauer erfolgreich sein. Wenn die Kernkompetenzen von Einzelhandel und Industrie herausgearbeitet und gestärkt werden, hat unsere Branche eine gute Chance, zu überleben. Denn kein Computer ersetzt das persönliche Beratungsgespräch oder den zwischenmenschlichen Kontakt.

Haben Sie vielen Dank für das offene und sehr interessante Gespräch.

Das Interview führte Manuela Winner



Der neue Duft...

...jung und dynamisch
...frisch und sportlich
...innovative Gestaltung



**BENETTON SPORT
PARFUM
exklusiv bei uns!**

Auxilium Trading GmbH
Große Bäckerstr. 13
D-20095 Hamburg

Tel.: 040-37676100
Fax: 040-37676103
Email: info@aux-trade.de