



„Schlick ist ein Geschenk der Natur“, betont Michael Bommers, Vorstand der in Cuxhaven ansässigen La mer Cosmetics AG.

Fotos: Koppe

In Tuben und Tiegeln steckt „volle Pulle Cuxhaven“

Im Spa-Bereich eines Duhner Hotels: Die Firma La mer Cosmetics hat zu einem Presseevent geladen, erschienen sind Bloggerinnen, Influencerinnen und Kolleginnen aus den Redaktionen von Lifestyle oder Beauty-Magazinen. Dass Nordsee-Schlick (die wohl wichtigste Ingredienz der „La-mer“-Produktpalette) richtig gut tut, dürfen die Damen an diesem Tag am eigenen Leibe erfahren. Über die Philosophie des Cuxhavener Kosmetikherstellers, über Trends und Alleinstellungsmerkmale auf einem hart umkämpften Markt sprach am Rande der Veranstaltung der „La-mer“-Vorstand Michael Bommers. **Von Kai Koppe**

Den wichtigsten Rohstoff für Ihre Produkte gewinnen Sie aus dem vor der Cuxhavener Haustür liegenden Wattenmeer. Wäre die Firma „La mer“ an einem anderen Standort überhaupt vorstellbar?

Wir haben einmal einen Professor der Jacobs University in Bremen nach den weltweiten Sedimentvorkommen gefragt. Wenn Sie an die französische Mittelmeerküste oder auch nach Asien gehen, finden Sie dort ebenfalls Schlick. Man kann also sagen, die Rohstoffsicherheit ist gegeben. Trotzdem: Schlick ist nicht gleich Schlick. Hier an der Nordsee hat er eine besondere Qualität. Und hier ist die Firma „La mer“ als „Laboratorium für Meereskosmetik GmbH“ geboren worden. Sie wurde dann „AG“, durchlief eine schwierige Startphase, dann kamen wir über meinen Bruder ins Blickfeld. Wir standen uns mit Paul Gojny sehr gut. Er hat uns noch einige Jahre im Unternehmen begleitet. Seine Tochter war lange für uns tätig und sein Sohn arbeitet noch heute bei uns. Der Bezug zur Gründerfamilie ist also nach wie vor gegeben.

Erklären Sie das doch bitte noch einmal: Woher rührt eigentlich die Idee, ein Sediment nutzbar zu machen und daraus eine Kosmetik-Linie zu kreieren?

Was das betrifft, gibt es ein paar Anekdoten (lacht). Paul Gojny, der Firmengründer, der ja Physiotherapeut war, hatte schon früh beobachtet, dass Kurgäste draußen im Cuxhavener Watt Schlick auf ihre Haut auftrugen. Man erzählt sich auch von einer jungen Frau, die zu Gojny kam, ihren Körper trotz sommerlicher Temperaturen vollständig verhüllt. Sie schämte sich wegen einer Schuppenflechte, soll nach einer Schlick-Anwendung aber schon im Sommer darauf kurze Kleidung getragen haben und „erscheinungsfrei“ gewesen sein.

TrotzdemistderBegriff„Schlick“inderöffentlichen Wahrnehmung nicht durchweg positiv besetzt. In Cuxhaven gibt es zum Beispiel eine Debatte um „Verschlickung des Watts“...

Da haben Sie völlig recht. Wenn man nach Hamburg in den Hafen geht, denken die Leute beim Stichwort „Schlick“ nicht an unseren wertvollen Rohstoff, sondern an ganz etwas anderes – im Grunde an eine Versandung. Die entsteht überall dort, wo das Wasser nicht frei laufen kann. Das Wattenmeer dagegen wird, bedingt durch die Gezeiten, fortlaufend gespült. Unangenehme Effekte entstehen dort, wo das Wasser steht. Da heißt es dann schnell „Schlick –das ist doch Modder!“ Es wird eben nicht großartig differenziert. Zum Glück gibt es Wattführungen, wo den Leuten erklärt wird,über welches Geschenk der Natur wir eigentlich verfügen.

Gibt es eigentlich so etwas wie die typischen „La-mer-Kunden“?

Da wir seit Gründungszeit von „La mer“ von der Behandlung her kommen, sind wir hauptsächlich in Kosmetik-Instituten vertreten, wo mit unseren Produkten gearbeitet wird, wo behandelt und verkauft wird. Darüber hinaus ist die Apotheke, abgesehen vom Online-Markt, der für uns wichtigste und am schnellsten wachsende Vertriebskanal. Festzuhalten bleibt, dass unsere Produkte nicht in Drogerien und Parfümerien zu finden sind und auch nicht auf dem sogenannten „mass market“, sprich: in den Regalen des Lebensmittelhandels. Wir sind ja auch eher eine Manufaktur, passend zur Größe unseres Unternehmens.

Wie hart umkämpft ist denn der Markt, auf dem sich „La mer“ bewegt?

Das Kosmetikgeschäft ist ein Milliardenbusiness. Um das Segment abzugrenzen, in dem wir uns bewegen, muss man natürlich differenzieren. Zunächst einmal nach den verarbeiteten Wirkstoffen: wir stellen Meereskosmetik her, unsere Roh- und Wirkstoffe sind nicht phytobasiert, sondern marinen Ursprungs. In Deutschland gibt es nicht viele Unternehmen, die dieses Merkmal für sich in Anspruch nehmen können. Bei uns geht es sehr prononciert um Meeresschlick –dass wir dieses „Geschenk der Natur“ verwenden dürfen, das unterscheidet uns von allen anderen.

Hängt diese Exklusivität mit dem Patent des Firmengründers zusammen?

Die Extraktion der Wirkstoffe aus dem Meeresschlick ist als solche eine wahrlich besondere Sache, für die wir tatsächlich ein Patent halten. Technisch gesehen könnten das allerdings auch andere versuchen. Der Patentschutz, den Sie ansprechen, verhindert aber, dass Mitbewerber unser Verfahren kopieren. Das eigentliche Alleinstellungsmerkmal von „La mer“ ist die Genehmigung der Nationalparkverwaltung, Schlick zu „kosmetisch-therapeutischen Zwecken“ entnehmen zu dürfen.

Die Heilkraft des Meeres gibt es bei „La mer“ inzwischen in den unterschiedlichsten Anwendungsformen: als Creme, als Gel, als Gesichtswasser. Viel mehr geht eigentlich nicht – oder doch?

Wir stellen überwiegend Cremes zur Gesichts und Körperpflege her, das heißt, rein pflegende und keine dekorative Kosmetik. Auf dem Markt müssen wir natürlich ein Gesamtprogramm anbieten –von der Hautreinigung bis zur Nachtcreme. In Korea, einem Markt, in dem wir ebenfalls tätig sind, gibt es ein regelrechtes Behandlungsritual, das unter dem Begriff Layering bekannt ist. An dieses Prinzip lehnt sich unsere Produktpalette an. Unter dem Strich bieten wir ein Komplettprogramm an, und da gehören dann auch mal Gels und ein paar andere Dinge dazu –eben auch Innovatives: Wir haben zum Beispiel ein Wimpernserum auf den Markt gebracht, das mit unseren Wirkstoffen versehen und im Gegensatz zum Angebot anderer Hersteller hormonfrei ist.

Man muss als Hersteller also durchaus mit der Zeit gehen und darauf achten, was beim Kunden gerade angesagt ist ...

Unbedingt. Gerade in Asien finden Sie die Trends von morgen, zum Beispiel Gesichtsmasken. Und zwar nicht die hinlänglich bekannten, die man auftragen muss, sondern Masken, die einfach aufgelegt und nach einer halben Stunde U-Bahn-Fahrt wieder entsorgt werden. Dieser Trend kommt gerade auch bei uns an. Darauf müssen Sie als Hersteller vorbereitet sein.

Zurück an die Nordsee: Wie viel Cuxhaven steckt wirklich in jedem „La-mer“-Behältnis?

Na, ich sage mal, da steckt volle Pulle Cuxhaven drin! Auch wenn unser Produktionsbereich überschaubar wirkt - wir machen die gesamte Bulkware hier. Auch alles, was in Tiegel geht, wird hier in Altenwalde abgefüllt. Es gibt gewisse Tuben und spezielle Behältnisse, die wir selbst nicht befüllen können, diesen Vorgang haben wir ausgelagert. Die befüllten Behälter kommen dann aber wieder zu uns zurück. Und wie gesagt -der Rohstoff wird ausschließlich hier in Cuxhaven verarbeitet. Zugekaufte Artikel können Sie an einer Hand abzählen. Deshalb ist 95 bis 98 Prozent dessen, was wir machen, tatsächlich „Made in Cuxhaven“!



Die Firmenwurzeln liegen im Behandlungsbereich, Institute zählen zu den Hauptkunden.

Das Unternehmen

- Die La mer Cosmetics AG ist ein mittelständisches Unternehmen mit Sitz in Cuxhaven - Altenwalde. Es versteht sich als Hersteller exklusiver, besonders verträglicher Hautpflegeprodukte.
- Anfang der Achtzigerjahre vom Physiotherapeuten Paul Gojny gegründet, beschäftigt die Firma heute rund 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- La mer ist u.a. Mitglied im Verband Cosmetic Professional e. V. (VCP) und im Verein „Die Familienunternehmer“.
- La mer unterstützt die Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer als Partner bei der Salzwiesen-Erweiterung im Nationalpark.