

Kundenbedürfnisse proaktiv adressieren

Biesterfelds Cluster Consumer verfolgt neue Geschäfts- und Wachstumschancen

Im vergangenen Herbst hat Biesterfeld in seinem Geschäftsbereich Spezialchemie eine neue Clusterstruktur eingeführt. Mit der neuen Struktur und einer neu geschaffenen Managementebene von Global Business Directors in den drei übergeordneten Clustern „Industrial“, „Consumer“ und „Healthcare“ will der Hamburger Distributionskonzern sein weltweites Markt- und Umsatzwachstum strategisch vorantreiben. Der Cluster „Consumer“ umfasst die Bereiche Personal Care, Cleaning und Nutrition und wird von Bettina Heick geleitet. Im Gespräch erklärt sie, wie die neue Struktur es ermöglicht, spezifische Marktbedürfnisse effektiver zu adressieren, Synergien zu nutzen und neue Wachstumsmöglichkeiten zu erschließen.

CHEManager: Frau Heick, bitte erläutern Sie uns die Logik, die hinter dem neuen Cluster Consumer steckt und was sich darin verbirgt.



Bettina Heick, Global Business Director, Cluster Consumer, Biesterfeld Spezialchemie

Bettina Heick: Der neu geschaffene Cluster Consumer soll unsere Marktposition in den Kernbereichen Personal Care, Cleaning und Nutrition nachhaltig stärken. Die strategische Idee hinter dieser Clusterbildung ist die gezielte Bündelung aller Geschäftsbereiche von Biesterfeld, die direkt mit Herstellern von Consumer Products interagieren. Durch diese Zusammenlegung können wir noch gezielter auf individuelle Marktbedürfnisse eingehen und so neue Geschäftschancen erschließen. So umfasst der Unternehmensbereich Cleaning sowohl Home-Care-Produkte wie Handwaschmittel und Geschirrspültabs als auch Lösungen für industrielle Reinigungsanwendungen in den Bereichen Textile, Car und Pet Care.

Ergänzend zu diesen Segmenten des Geschäftsbereichs Spezialchemie bieten wir im Geschäftsbereich Essentials eine breite Palette von Spezial- und Standardprodukten an, die für die Formulierung unterschiedlichster Endprodukte unverzichtbar sind. Diese wichtigen Substanzen wie Hyaluronsäure, Glycerin und Standardkonservierungsmittel sind weniger erklärungsbedürftig, aber dennoch unverzichtbar für wirksame Formulierungen.

Indem wir die Synergien innerhalb des Consumer-Clusters optimal nutzen und die Bedürfnisse des Markts noch besser bedienen, steigern wir unsere Wettbewerbsfähigkeit. So festigen wir nicht nur unsere Position in den Kernbereichen, sondern erschließen auch neue Märkte und schaffen die Basis für nachhaltiges Wachstum.

Sie haben die Marktbedürfnisse erwähnt. Welche Trends beherrschen derzeit Ihre Zielmärkte und Anwendungen?

B. Heick: Auf dem europäischen Markt stehen in den Segmenten Personal Care und Cleaning Nachhaltigkeit

und Umweltbewusstsein im Vordergrund. Die Marktteilnehmer setzen verstärkt auf lokale Beschaffung, Upcycling und transparente Lieferketten. Soziale Verantwortung und ein fairer Umgang mit allen Beteiligten der Wertschöpfungskette gewinnen zunehmend an Bedeutung. Trotz dieser Fokussierung auf Nachhaltigkeit bleiben Funktionalität und Wirksamkeit der Produkte entscheidende Faktoren.

Im Segment Nutrition beobachten wir eine stetig wachsende Nachfrage nach gesünderen, schmackhafteren und funktionelleren Lebensmitteln. Die Hersteller suchen nach innovativen Rohstoffen und Lösungen, um den bestmöglichen Nährwert, Geschmack und die optimale Textur zu erzielen. Unser breites Portfolio und maßgeschneiderte Lösungen, wie zum Beispiel Clean-Label-Produkte, unterstützen diese Entwicklung. Ein besonders starker Trend, vor allem in Deutschland, ist der Veganismus, der in anderen Ländern noch weniger im Fokus steht.

Ein weiterer aufkommender Trend, der sowohl im Kosmetik- als auch im Supplement-Bereich an Bedeutung gewinnt, ist das Thema FemCare. Dieses Thema wird zunehmend als wichtiger Aspekt für personalisierte und gezielter eingesetzte



Pflegeprodukte wahrgenommen, was den Bedarf an speziellen Formulierungen und innovativen Ansätzen weiter vorantreibt.

Wie bedient der Cluster Consumer diese Trends?

B. Heick: Durch ein effektives Portfoliomanagement gewährleisten wir, dass unser Angebot an Rohstoffen und Produkten stets den sich wandelnden Marktanforderungen entspricht. Das Screening neuer Rohstoffe, die Teilnahme an Fachmessen und die enge Marktbeobachtung durch unser Team ermöglichen es uns, Trends frühzeitig zu erkennen und aufkommende Kundenbedürfnisse proaktiv zu adressieren. Unterstützt durch Mitgliedschaften in internationalen Fachverbänden und die enge Zusammenarbeit mit Marktforschungsunternehmen erkennen wir relevante Entwicklungen frühzeitig und setzen diese gezielt um.

Unser Lab & Innovation Center spielt dabei eine zentrale Rolle: Es bündelt die identifizierten Trends und übersetzt sie in praxisorientierte Formulierungskits und Anwendungsempfehlungen. So bieten wir unseren Kunden nicht nur innovative Rohstoffe, sondern auch maßgeschneiderte Formulierungen und fertige Produktideen, die exakt auf die aktuellen Marktbedürfnisse abgestimmt sind.

Sie wollen neue Geschäfts- und Wachstumschancen erschließen. Was steht dazu auf Ihrer To-Do-Liste?

B. Heick: Im Fokus stehen die strategische Weiterentwicklung und die geografische Expansion unserer Segmente im Consumer-Cluster. Unser Ziel ist es, unsere globale Präsenz durch organisches Wachstum und gezielte Akquisitionen nachhaltig zu stärken. Ein wesentlicher Schwerpunkt ist dabei der Auf- und Ausbau lokaler Organisationen, wie

das Beispiel unseres Segments Personal Care in Brasilien zeigt. Dort haben wir vor rund vier Jahren mit einer präziseren Marktstrategie, einem auf die Bedürfnisse des brasilianischen Marktes zugeschnittenen Portfolio und einem technisch kompetenten Sales Team, nachdem der erste Versuch 2015 gescheitert war, erfolgreich Fuß gefasst. Dieses Modell wollen wir auf andere Regionen wie Südostasien und Südafrika ausweiten. Insbesondere in Südostasien haben wir durch die Akquisition von GME bereits die entsprechende Infrastruktur wie Vertriebsbüros, Lager und ein Labor aufgebaut.

ten einhalten und unsere Produkte gesetzeskonform vertreiben. Neben dem Bereich HealthCare sind sowohl Nutrition als auch Home und Personal Care immer stärker regulierte Märkte.

Gibt es innerhalb des Clusters oder auch darüber hinaus Synergien, die Sie nutzen wollen?

B. Heick: Wir arbeiten industriübergreifend mit einer Vielzahl von Lieferanten zusammen. Durch die Bündelung der Segmente können wir Synergien optimal nutzen, indem wir das gemeinsame Know-how der ein-

Trotz der Fokussierung auf Nachhaltigkeit bleiben Funktionalität und Wirksamkeit der Produkte entscheidende Faktoren.

Im Segment Personal Care ist die geografische Expansion weiter fortgeschritten als in den anderen Segmenten und dient uns somit als Vorbild. Unterstützt durch gezielte Marktforschung, lokale Expertise und enge Zusammenarbeit mit Partnern vor Ort sollen die Bereiche Nutrition und Cleaning folgen.

Welche Herausforderungen sehen Sie dabei?

B. Heick: Insbesondere die regulatorischen Anforderungen stellen eine große Herausforderung dar, da sie von Land zu Land unterschiedlich sind. Um diesen vielfältigen Herausforderungen gerecht zu werden, haben wir innerhalb der Biesterfeld-Gruppe eine neue Abteilung geschaffen. Das Ressort ist global ausgerichtet und verantwortet die Bereiche Nachhaltigkeit und Regulatory. Damit stellen wir unter anderem sicher, dass wir als global agierender Distributor in jedem Land die geltenden Vorschriften

zelen Bereiche zusammenführen. So können wir nicht nur bestehende Kunden- und Lieferantenbeziehungen intensivieren, sondern auch innovative Lösungen entwickeln, die den Anforderungen der verschiedenen Märkte gerecht werden.

Haben Sie dafür ein Beispiel?

B. Heick: Nehmen wir Kollagen. Dieser wird sowohl in Hautpflegeprodukten als auch im Bereich Personal Care aber auch in oralen Darreichungsformen wie Kapseln und Gummibärchen eingesetzt. Das Thema Beauty betrifft somit sowohl den Bereich Personal Care als auch Nutraceutical, sozusagen „Beauty from within“.

Auch clusterübergreifend gibt es Überschneidungen: Insbesondere im Cluster HealthCare gibt es Schnittmengen mit dem Segment Personal Care. Viele unserer Kunden stellen neben Kosmetikprodukten auch Produkte aus dem Bereich HealthCare her. Folglich arbeiten wir beispielsweise

ZUR PERSON

Bettina Heick, Diplom-Kauffrau (FH), begann ihre berufliche Laufbahn 2002 mit einer kaufmännischen Ausbildung bei ESSO Deutschland. Anschließend arbeitete sie dort im Vertriebsinnendienst für Industrieschmierstoffe. 2005 wechselte sie als Sales Assistant zu Biesterfeld, wo sie in den folgenden Jahren verschiedene Positionen bekleidete. Seit September 2023 ist sie bei Biesterfeld Global Business Director für das Consumer-Cluster.

bei topischen Anwendungen eng mit unseren Kollegen aus dem HealthCare-Cluster zusammen. Das optimiert unser Einkaufs- und Lieferantenmanagement und verschafft uns Vorteile bei der Produktverfügbarkeit.

Was sind über die genannten Trends hinaus die wichtigsten Anforderungen, die Ihre Kunden an Sie stellen?

B. Heick: Kunden erwarten von Distributoren heutzutage weit mehr als technische Kompetenz und eine zuverlässige Lieferkette. Sie verlangen umfassende regulatorische Expertise, Zugang zu Innovationen und aktuellen Produktentwicklungen, unterstützt durch fundierte Marktforschung. Hohe Produktqualität, Transparenz über die Herkunft und flexible Anpassungen sind entscheidend. Unsere Experten bieten maßgeschneiderte anwendungstechnische Beratung. Pünktliche Lieferungen, effiziente Logistiklösungen und faire Preisgestaltung sind unerlässlich. Unsere lokale Präsenz ermöglicht es uns, die spezifischen Bedürfnisse unserer Kunden zu verstehen und dies in passende Lösungen zu übersetzen.

Und welche Ansprüche stellen die Lieferantenpartner an Biesterfeld?

B. Heick: Unsere Partner schätzen unsere technische Kompetenz und Flexibilität. Ergänzt wird dies durch fachliches Know-how und umfassende Market Intelligence. Wir beobachten und analysieren ständig die Dynamik der Märkte. Die Eröffnung eines weiteren Labors in Thailand zeigt unser Engagement für regionale Bedürfnisse. Wir bieten maßgeschneiderte Lösungen, effiziente Lagerhaltung, Umpackservice, flexible Musterabfüllung und Rohstoffverträglichkeitstests. Im Bereich Personal Care stellen wir ein kostenloses Formulierungs-Kit zur Verfügung, das auf Rohstoffen unserer Partner basiert. Als Bindeglied zwischen Herstellern und Kunden entwickeln wir Lösungen, die den aktuellen Marktanforderungen entsprechen. Unsere Lieferanten haben mit uns einen starken Partner an ihrer Seite.

■ www.biesterfeld.com

**SOURCING
LOGISTIK
DISTRIBUTION
LOHNPRODUKTION**

**DAS GANZE SPEKTRUM
GEBÜNDELT IN EINEM
PARTNER.**

Über 20.000 Kunden weltweit vertrauen auf uns als ihren Single Sourcing Partner für die bedarfsgerechte und sichere Distribution ihres chemischen Bedarfs.
Kunde werden auf hugohaeffner.com

**HÄFFNER
GMBH & CO. KG**

Ausbau der Chemiedistributionsaktivitäten in Großbritannien und Brasilien

Brenntag übernimmt Monarch, PIC und PharmaSpecial

Brenntag hat die Monarch Group und ihre Tochtergesellschaft Monarch Chemicals in Großbritannien sowie die beiden Distributionsunternehmen PIC Química e Farmacêutica (PIC) und PharmaSpecial Especialidades Químicas e Farmacêuticas (PharmaSpecial) in Brasilien übernommen.

Mit den im August verkündeten Akquisitionen baut der Essener Distributionskonzern seine Position in diesen Märkten weiter aus.

PIC und PharmaSpecial sind im wachsenden brasilianischen Life-Sciences-Markt etablierte Spezialchemiedistributoren, die Großkunden und nationale Apotheken in den Bereichen Pharma, Körperpflege und anderen Life-Sciences-Bereichen beliefern.

PIC und PharmaSpecial gehören zusammen und haben ihren Hauptsitz in Itapevi. Sie erwirtschafteten im Jahr 2023 einen Umsatz von rund 11 Mio. EUR. Die Akquisition durch

Brenntag Specialties in Lateinamerika sei auch eine Gelegenheit, das globale Netzwerk von Application & Innovation Centern zu erweitern. Darüber hinaus erhält das Unternehmen Zugang zum Markt für Weichgelkapseln.

Durch die Akquisition von Monarch erwirbt Brenntag ein umfassendes Produkt- und Serviceangebot für einen breiten Kunden- und Lieferantenstamm sowie Know-how, Infrastruktur und zusätzliche Ressourcen

für Flüssig- und Pulvermischungen in England und Schottland. Monarch bietet Distributionsdienste für Basischemikalien und Mischungen an und beliefert eine Vielzahl von Industriezweigen und Produktgruppen wie anorganische Chemikalien, Zitate und Glykole. Das Unternehmen betreibt zwei Standorte und Mischanlagen im Südosten Englands und in Schottland. Im Jahr 2023 verzeichnete die Gruppe einen Jahresumsatz von 35,1 Mio. GBP. (mr)