

# Straub-Marbert schlägt Sanierungskurs ein

Kosmetikhersteller dünnt Sortiment aus – Eigenmarkengeschäft zurückgefahren – Neuheiten sollen jüngere Zielgruppe erreichen

Der Kosmetikproduzent Straub-Marbert zieht nach verlustreichen Jahren die Reißleine. Nun soll ein externer Manager das Familienunternehmen auf Effizienz trimmen. 2025 will der Hersteller wieder Gewinn machen.

Der Kosmetik- und Duftspezialist Straub-Marbert stellt sich nach mehreren Jahren mit rückläufigen Umsätzen und Verlusten neu auf. Die Brüder Jelto (65) und Markus Hendriok (58), die das Familienunternehmen über 20 Jahre geleitet hatten, haben ihre Posten aufgegeben und den Rechtsanwalt Christopher Gerling zum neuen starken Mann gemacht. Der 34-Jährige war bereits im Februar in die Geschäftsführung eingestiegen und hatte das Unternehmen zuvor in Markenrechtsfragen beraten. Seit Juli ist er alleiniger Geschäftsführer. Sein Auftrag: Er soll den Hersteller wieder profitabel machen.

Straub-Marbert produziert vor allem die beiden Marken Marbert und Bettina Barty („Vanilla“), aber auch Eigenmarkenartikel wie Deos, Däfte, Duschgel oder Haarspray. Einen nennenswerten Gewinn hat der Hersteller seit Jahren nicht erwirtschaftet, zeigen die im Bundesanzeiger veröffentlichten Jahresabschlüsse. Auch die Erlöse waren rückläufig. 2023 erzielte der Pro-

duzent laut Gerling einen Bruttoumsatz (ohne Abzug von Rabatten und Boni) von rund 37 Mio. Euro – bei einem Verlust von über 3 Mio. Euro. 2022 lag der Jahresfehlbetrag laut Bundesanzeiger bei 2,9 Mio. Euro. Schon im laufenden Jahr sollen die ersten Sanierungsmaßnahmen greifen: „Den Verlust werden wir deutlich reduzieren“, sagt Gerling. Beim Erlös erwartet er ein leichtes Minus. 2025 soll der Umsatz wieder auf Vorjahresniveau steigen – dann bei schwarzen Zahlen.

Ein Teil des Verlusts sei durch das Eigenmarkengeschäft für Discounter entstanden. „Wir haben alle Aufträge mit Blick auf die Rentabilität geprüft und festgestellt, dass wir oft nichts verdienen“, sagt Gerling. Daraufhin habe das Unternehmen systematisch Vertragsbeziehungen aufgelöst. Aktuell steuert das Eigenmarkengeschäft weniger als 20 Prozent zum Gesamterlös bei – vor einigen Jahren war es gut ein Drittel. Das rentablere Lohnfertiger-Geschäft für Markenhersteller will Gerling ausbauen.

Nach LZ-Informationen trugen nicht alle Beschäftigten den Sanierungskurs mit. Einige Mitarbeiter haben den Hersteller verlassen oder mussten gehen. Die leitenden Positionen in den Bereichen Finanzen, Marketing und Produktion hat Gerling neu besetzt.



**Klassiker:** Das Verpackungsdesign der „Vanilla“-Body-Lotion von Bettina Barty hat sich in Jahrzehnten kaum verändert.

»In diesem Jahr werden wir den Verlust deutlich reduzieren«

Christopher Gerling,  
Geschäftsführer



Aktuell steht das Sortiment der Hauptmarken auf dem Prüfstand. Von rund 130 Einzelprodukten der Parfümerie-Marke Marbert will Gerling 40 bis 50 einstellen. Bei der Drogerie-Marke Bettina Barty könnten von 60 Artikeln elf bis zwölf auslaufen. Gleichzeitig bringt das Unternehmen neue Produkte heraus, die eine jüngere Zielgruppe erreichen sollen, etwa die Kosmetiklinien „Love Vanilla“ und „Miss Marbert“. Erstmals seit Jahren wurden die Preise angehoben.

Der Duftmarkt wächst stark. Laut Marktforschungsdaten stiegen die Umsätze im selektiven Markt im ersten Halbjahr um 10 Prozent und der Absatz um 3 Prozent. Bei Gesichts- und Körperpflege im mittel- und hochpreisigen Segment stagnierte der

Absatz jedoch. Der Umsatz wuchs von Januar bis April um 2 Prozent.

Chancen sieht Gerling im E-Commerce. Die Markenartikel sind bislang nur über die eigenen Onlineshops erhältlich – das Geschäft über Marktplätze wie Amazon und Zalando läuft erst an. Bis 2026 soll der Onlinevertrieb bis zu 20 Prozent zum Umsatz beitragen.

Auch den Export will der Manager steigern. In den Jahren vor der Pandemie machte Straub laut Gerling rund 20 Prozent des Markenumsatzes im Ausland. Insbesondere das Asien-Geschäft sei durch die Corona-Beschränkungen weggebrochen und man habe es verpasst, sich rechtzeitig um neue Vertriebspartner zu kümmern. Geschäftsbeziehungen nach Asien, Südamerika und in den arabischen Raum seien nun im Aufbau. *ain/lz 38-24*

Lebensmittel  
Zeitung



## IHR TÄGLICHES WHATSAPPDATUM

### DER NEUE LZ WHATSAPP KANAL

Jetzt den neuen LZ WhatsApp-Kanal für Ihr tägliches Update abonnieren. Hier finden Sie die wichtigen Nachrichten der FMCG-Branche – täglich kurz und kompakt zusammengefasst von unserer LZ-Redaktion.

Jetzt ganz einfach auf WhatsApp abonnieren und nichts mehr verpassen!



**JETZT ABONNIEREN!**