

Dr. Dieter Trautmann

Pharma-Dienstleister

Netz und doppelter Boden

Im Rahmen der damals noch jungen Outsourcing-Welle sprang Dr. Dieter Trautmann vor 15 Jahren ins kalte Wasser und gründete über ein Management-Buy-out die Company 4 Marketing Services GmbH in Ismaning bei München. Die Pharma-Dienstleistung steht auf den vier Säulen Promotion, Dialog, Logistik, Events.

In seiner letzten Angestellten-Position war Dr. Dieter Trautmann, 63, Leiter des Marketing-Services-Departments bei SmithKline Beecham in München. Zum 1. Januar 1995 stellte sich für ihn die Gretchenfrage, in die Selbständigkeit zu gehen oder nicht. Allerdings nicht ganz ohne Netz und doppelten Boden. Denn sein Arbeitgeber, mit dem im Zuge der Sparwelle eine Vereinbarung über das Outsourcing von Trautmanns Bereich getroffen wurde, gab ihm und seiner jungen Firma nicht nur alle Mitarbeiter und das Inventar mit auf den Weg, sondern garantierte vertraglich über fünf Jahre degressive Umsatzvolumina.

Eine Familien-Company

„Diese Zeit ging natürlich irgendwann vorbei. SmithKline Beecham fusionierte mit Glaxo, und mittlerweile haben wir mit denen gar nichts mehr zu tun“, erinnert sich der gebürtige Gelsenkirchener, dessen Vater bereits in der Pharmaindustrie tätig war. Dass alles erfolgreich verlaufen ist, verdankt Trautmann auch, wie er betont, dem gegenseitigen Vertrauen und dem Sachverhalt, dass beide Seiten von Anfang an eine Win-Win-Situation angestrebt hatten.

„So ist die Company entstanden. Unser Vorteil am Markt war, dass wir auch die andere Seite des Schreibtisches kannten, also das Pharma-

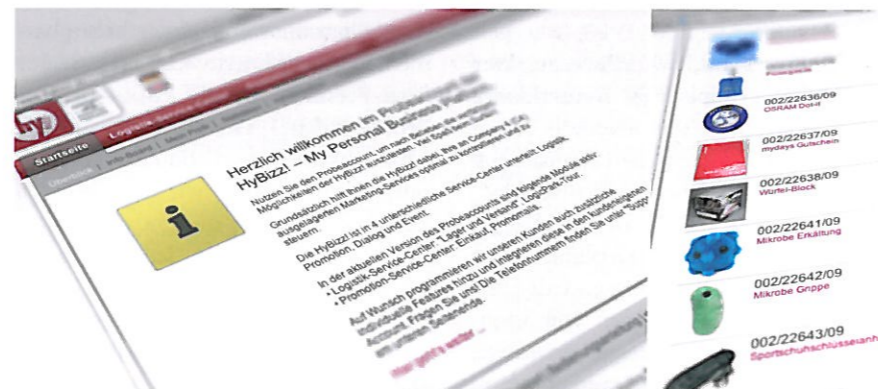
marketing, unsere Wurzeln. Und: Wir kennen die Kunden unserer Kunden, denn meine Frau ist niedergelassene Praktische Ärztin und Fachärztin für psychotherapeutische Medizin“, schildert der Unternehmer die Ausgangslage. Während seine Frau indirekt als Ratgeberin mit im Geschäft ist, erhielt Tochter Inga, 32, Betriebswirtin und lange Zeit bei Puma und in PR-Agenturen, 2009 ebenso wie Vanessa Maier, 29, Prokura, um sich um das operative Geschäft zu kümmern. Trautmann: „Ich konzentriere mich verstärkt auf die strategische Ausrichtung.“

Weniger strategisch und mehr zufällig kam es zu dem Firmennamen im Rahmen eines Brainstormings. Trautmann schmunzelt: „Zunächst waren sich alle Beteiligten einig, dass der Geschäftszweck Marketing Services ist. Von einer USA-Reise brachte ich

dann die Idee mit, die vier als Zahl (four) anstelle von „für“ einzusetzen und mit dem Wort Company zu koppeln. Dass die Zahl gleichzeitig für die vier Geschäftsfelder Promotion, Dialog, Logistik, Events steht, ergab sich eher zufällig.“

Die andere Seite des Schreibtisches hatte der Doktor der Naturwissenschaften (Universität Kiel), „seither habe ich mit Chemie nie wieder etwas zu tun gehabt“, bereits früh kennengelernt. Zwischen 1978 bis 1982 war er bei Beiersdorf, Hamburg, Produktmanager in der Pharmasperte, die später an Eli Lilly verkauft wurde.

1983 kam er nach Konstanz zu Byk Gulden, heute Nycomed, und schließlich 1986 zu SmithKline Beecham. So liegt es nahe, dass Trautmann noch heute mit 60 Prozent den wesentlichen Teil seines Umsatzes als Dienstleister für Pharmakunden wie



Mit dem Launch von ‚HyBizz‘ (Abb.: Website) soll eCommerce ausgebaut werden

Die zwei großen Bereiche von ‚Company 4‘ sind Werbemittel und Logistik, die beiden kleinen Dialog und Event.



Novartis, Amgen, Heumann, Bencard, Fresenius Medical Care und Basilea macht: „Das ist eine vernünftige Größenordnung, denn das Portfolio muss ausgewogen sein.“ Die übrigen Kunden kommen aus der Markenartikelindustrie, von der sich viel auf die Pharmabranche übertragen lässt, wie seine Erfahrung gezeigt hat.

Werbemittel und Logistik

Die zwei großen Dienstleistungs-Bereiche sind heute Werbemittel und Logistik, was sich hervorragend ergänze. Trautmann: „Die beiden kleineren Bereiche sind Dialog mit Werbeaussendungen, Adressmanagement und Rücklaufbearbeitung sowie Events, die einfach dem Trend folgend ins Hintertreffen geraten sind.“ Bei Werbemitteln bedient Company 4 die gesamte Supply Chain mit Werbemitteln und Drucksachen. „Das ist unsere Kernkompetenz. Die Motivation, uns zu beauftragen, ist recht unterschiedlich, die Anforderungen von Fall zu Fall verschieden. Wir haben keinen Katalog, sondern wir lösen Probleme für den Außendienst, der Werbemittel auf seine Zielgruppe zugeschnitten benötigt.“

Wir versuchen die Produktbotschaft ins Werbemittel umzusetzen. Das geht nicht über den Katalog, sondern erfordert Know-how und Kreativität“, zeigt sich Trautmann selbstbewusst. Für einen großen Pharmakun-

den habe er einmal eigene Cremes als On-Pack hergestellt, die so gut liefen, dass sein Kunde überlegt habe, sie ins Sortiment aufzunehmen.

Outsourcing-Partner

Damit spannt Trautmann den Bogen zur zweiten tragenden Säule seiner Company. Er versteht sich als Outsourcing-Partner für kleinere und mittlere Unternehmen auf dem Gebiet der Logistik. „Von Anfang an haben wir großen Wert darauf gelegt, unsere Arbeiten IT-mäßig zu begleiten. Wir haben eine Internetplattform, über die unsere Kunden mit einem geschützten Account an uns outgesourcete Leistungen kontrollieren, steuern und verfolgen können“, hebt der Hobby-Programmierer hervor.

Mittlerweile bietet er diese Internetplattform als eigenständiges Geschäft an. „So können wir auch das internationale Geschäft weltweit abdecken und bieten unseren Kunden einen besseren Überblick, als wenn sie es selber machen würden.“ IT-Leistungen, anfangs ein Add-on, um die Logistik attraktiver zu machen, sind mittlerweile ein eigenständiges Thema.

So soll in diesem Jahr der Launch von ‚HyBizz12.0‘ zum strategischen Ausbau des Geschäftsbereiches eCommerce beitragen. Denn Trautmann erkennt einen klaren Trend zur Erweiterung des bisherigen B2B-Konzepts

bis hin zu Multi-Channel-Plattformen für Merchandising-Artikel und Verkaufsware. „Wir bieten unseren Kunden auch Onlineshops B2C an. Ideal beispielsweise für einen Pharmahersteller, der auch Reisemedizin herstellt. Er könnte einen Online-Merchandising-Shop für Reisebedarf anbieten. Als Full-Service-Partner reicht unsere Leistung vom Planung und Einkauf über die Lagerhaltung der Artikel, Gestaltung und Betrieb des Online-Shops, Verkauf und Versand bis hin zur Abrechnung.“

Elektronik im Fokus

Trautmanns Vision ist noch mehr IT. Beispielsweise die Auftragseingabe des Außendienstes über das Handy oder Web to Print. Service der Zukunft, der es der Pharmabranche noch schmackhafter machen soll, Outsourcing zur Senkung der Fixkosten ins Kalkül zu ziehen.

Ans Aufhören denkt Trautmann nicht: „Die Arbeit macht mir immens Spaß.“ So wird der von ihm nach eigenen Worten vernachlässigte Sport wohl noch ein wenig auf der Strecke bleiben. Trautmann läuft eher in die andere Richtung: „Jetzt gilt es, die Internationalisierung unter Beibehaltung unserer Dynamik voranzutreiben.“

Uwe Käckenhoff