

## HIDDEN CHAMPIONS

# Kennen Sie The Powder Company?

In Einsiedeln liegt etwas versteckt: The Powder Company, welche 2010 durch Alexander Zurkinden übernommen wurde und seitdem erfolgreich weitergeführt wird. Keiner würde vermuten, dass dieses Unternehmen mit seinen engagierten 70 Mitarbeitenden einen der globalen Marktführer in der Pulvertechnologie stellt und hier anspruchsvolle Produkte wie Badesalze oder Babypuder produziert.

Seinen Spatenstich erlebte The Powder Company im Jahr 1950. Und bereits das erste Produkt, ein gepresster Puderstift namens Blocmen, hat bis heute als Eigenmarke überlebt. Der Puderstift wird als Vorbehandlung für die elektrische Rasur auf die Haut aufgetragen, um Irritationen vorzubeugen. Werbefilme mit dem damaligen argentinischen Boxweltmeister Carlos Monzón aus den 70er-Jahren sind Zeugen der internationalen Expansion, welche bereits seit der Gründung des Unternehmens konsequent verfolgt wurde. Während über 40 Jahren stellte die Rasur den Hauptfokus des Unternehmens dar, das Kooperationen mit bekannten Rasiergeräte-Herstellern wie Grundig, Panasonic, Philips und Braun einging. Die Zusammenarbeit mit Remington existiert noch heute für den nordamerikanischen Markt. Durch den Wandel der Zeit begünstigt, begann in den 90er-Jahren ein stärkerer Fokus auf die Pulvertechnologie (festes Pulver) und der Einstieg in die Kosmetikbranche.

Dadurch entstanden neue Produktlinien wie Badesalze und Babypuder, welche für grosse Kunden wie Migros, Coop, den Drogeriemarkt Müller und Nivea (Bübchen) hergestellt werden. Mit der Einführung von Haar- und Fusspuder liegt neu der Anwendungsbereich auf der Körperpflege von Kopf bis Fuss. Künftig wird vermehrt auf die Entwicklung von hochwertigen Produkten in der Kosmetik für die Haar- und Gesichtspflege gesetzt. Spannende Möglichkeiten eröffnen sich zukünftig ebenso in der Pharma- und Lebensmittelbranche.

Regional gesehen hat sich Deutschland neben den Niederlanden und Skandinavien zum wichtigsten Absatzmarkt entwickelt. Abnehmer aus Osteuropa, den Balkanstaaten, Russland, den USA sowie den arabischen Ländern werden erfolgreich durch regionale Detailhändler bedient. Erfreulich und mit viel Potenzial entwickelt sich die Nachfrage in China.

Die Kundennähe ist einer der Erfolgsfaktoren des Unternehmens und essenziell für die eigene Weiterentwicklung. Gemeinsam werden die Verkaufsmöglichkeiten zum Endkunden entwickelt. Als Full-Service-Provider kann das Unternehmen die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktentwicklung über die Herstellung und Verpackung bis zum Transport abdecken.



### Altar Ylmazer

ist in der Abteilung International Business der ZHAW für das Business Development zuständig und bildet dadurch die Schnittstelle zwischen den Unternehmen und den Akademikern. Zuvor arbeitete er jahrelang als Business Development Manager und Marketing Manager mit Kunden aus der chemischen und pharmazeutischen Industrie.