

Neue Geschäftsführung in der CURA-GROUP

Kosmetik. Das Tiroler Kosmetikunternehmen CURA hat eine neue, kollektive Geschäftsführung, die im ECHO Interview über das neue Firmengebäude, ihre Ziele und die aktuellen Trends am Kosmetikmarkt berichtet.

ECHO: Nach 21 Jahren geht der Unternehmensgründer, Roland Kohl in den Ruhestand. Die CURA COSMETICS GROUP hat unter seiner Leitung eine erstaunliche Entwicklung durchgemacht. Herr Kohl, fällt es Ihnen schwer, die Zügel heute loszulassen?

Roland Kohl: Für mich ist es schön, auf die erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens zurückblicken zu dürfen. Wir haben 1999 als 3-Mann-Unternehmen begonnen, heute beschäftigt die Cura Cosmetics Group 170 Mitarbeiter. Wir erwirtschaften mit ca. 250 innovativen Produktentwicklungen im Jahr rund 55 Mio EUR Umsatz, haben soeben ein weiteres hochmodernes Firmengebäude eröffnet und sind international erfolgreich – das ist mehr als ich je zu träumen gewagt hätte. Obwohl mir mein Job stets viel Spaß gemacht hat, freue mich, dass ich jetzt die Verantwortung an die neuen Geschäftsführer übergeben darf und bin davon überzeugt, dass dieser Wechsel der zukünftigen Entwicklung des Unternehmens sehr gut tun wird. Ein bisschen bleibe ich dem Unternehmen noch erhalten und werde im Bereich Forschung und Entwicklung weiterhin tätig sein.

ECHO: Mit August 2020 hat eine 3er-Spitze die Geschäftsführung übernommen. Wer ist Teil des Teams und wie wird die Verantwortung unter den drei neuen Geschäftsführern aufgeteilt?

Roland Kohl: Die Form der kollektiven Geschäftsführung wurde von uns gewählt, da



Die neue Geschäftsführung: Manuel Reinalter, Gerhard Kaiser, Hannes Kohl.

wir der Überzeugung sind, dass eine Aufteilung der Verantwortungsbereiche der dynamischen Entwicklung des Unternehmens Rechnung trägt. Alle drei Geschäftsführer verfügen bereits über langjährige Erfahrung in ihren jeweiligen Bereichen und haben somit das Potential, diese noch weiter zu optimieren und auszubauen. Gerhard Kaiser ist Gründungsgesellschafter der CURA und damit schon seit Anfang an im Unternehmen. Er hat bisher schon wesentliche Teile im Bereich Operations verantwortet und wird in Zukunft auch für das Personalwesen zuständig sein. Sein Ziel ist es, Strukturen und Organisationen weiterzuentwickeln, um in Zukunft optimale Service-Qualität anzubieten und die CURA COSMETICS GROUP als attraktiven Arbeitgeber zu etablieren. Hannes Kohl hat – als Leiter der Tochtergesellschaft Lifestyle Distribution GmbH – das Parfum-

geschäft im Blut. Künftig wird er zusätzlich die Beteiligungsgesellschaften der CURA sowie die CURA Innovations betreuen. Seine Vision: mit innovativen Produktentwicklungen die Zukunft des Unternehmens abzusichern. Manuel Reinalter hat schon während seines Studiums bei der CURA begonnen und viele Stationen im Unternehmen erlebt. Er hat die Gesamtverantwortung für die Marke Judith Williams und wird künftig auch die Bereiche Unternehmenskommunikation und digitale Transformation für die CURA Gruppe weiterentwickeln.

ECHO: Welche Ziele haben Sie als neues Team in der Geschäftsführung?

Hannes Kohl: Wir dürfen ein gesundes, modernes Unternehmen in die Zukunft führen. Das ist eine wunderbare Aufgabe, auf die wir uns sehr freuen. Die Kreativität und Energie die in der CURA herrscht, wollen wir in Bereiche lenken, die in der Zukunft im Kosmetikmarkt eine wichtige Rolle spielen werden. Kontinuität ist uns dabei wichtig. Wir wollen uns konsequent aber nicht radikal weiterentwickeln.

ECHO: Das, 2015 erbaute Firmengebäude wurde heuer um einen neuen Gebäudekomplex erweitert. Warum war der Zubau notwendig, was befindet sich in dem neuen Komplex?

Gerhard Kaiser: Aufgrund unseres raschen Wachstums – v.a. auch beim Mitarbeiterstand – war es insbesondere notwendig, die Büroräumlichkeiten zu erweitern. Zusätzlich war es aber auch eine Entscheidung, die uns der Markt

„Wir haben 1999 als 3-Mann-Unternehmen begonnen, heute beschäftigen wir 170 Mitarbeiter.“

Roland Kohl,
CURA- Gründer

vorgegeben hat: Um unsere wesentlichen Wettbewerbsvorteile Innovationskraft und Kreativität weiter ausbauen zu können, haben wir uns dazu entschieden, diesen beiden Themen beim Neubau einen besonderen Stellenwert einzuräumen.

Deshalb gibt es im Neubau nicht nur herkömmliche Büros, sondern auch spezielle Begegnungszonen: Wir haben einen Creative Workspace geschaffen, der sich über ein ganzes Stockwerk erstreckt. Dort befinden sich kreative Arbeitsbereiche, die von allen Mitarbeitern genutzt werden können. Hier kann man sich zurückziehen, um in Ruhe zu arbeiten, oder um sich mit anderen zu treffen und auszutauschen. Dadurch sollen eine offene Gesprächskultur und eine abteilungsübergreifende Kommunikation gefördert werden.

Hannes Kohl: Im 1. Stock haben wir die neu gegründete Abteilung Cura Innovations mit hauseigenem Labor beheimatet. Dort entwickeln wir Wirkstoffkonzepte, Texturen und Formulierungen am Puls der Zeit. Die unkomplizierte Vernetzung von Forschung & Entwicklung mit Marketing ist ein unschätzbare wertvoller Asset in unseren dynamischen Zeiten.

Manuel Reinalter: Wir haben ein hochmodernes Kosmetikstudio mit Shop, die „Judith Williams Beauty-World“ eingerichtet. Kosmetikbegeisterte Damen und Herren können sich ab sofort verwöhnen, pflegen und beraten lassen und die Kosmetikprodukte der Marke Judith Williams und vielen anderen Beauty Brands erleben und kaufen.

ECHO: Mit der CURALINOS- Kinderbetreuungseinrichtung, die ebenfalls im neuen Gebäude angesiedelt ist, wurde für Mitarbeiter die Möglichkeit geschaffen, ihre Kinder vor Ort betreuen zu lassen. Eine interne Kinderbetreuung wird derzeit in Tirol noch von sehr wenigen Unternehmen angeboten. War diese fortschrittliche Institution von Anfang an geplant?

Gerhard Kaiser: Ehrlich gesagt standen wir bei der Planung vor der Entscheidung, entweder eine Tiefgarage oder eben die Kinderbetreuung zu realisieren. Nicht zuletzt durch den Einsatz von Judith Williams, die ja selbst Mutter ist und der Women Empowerment großes An-



Das neue Firmengebäude bietet ein modernes Labor, Creative Workspaces als Begegnungszonen für die MitarbeiterInnen und die CURALINOS - Kinderbetreuungseinrichtung.

liegen ist, haben wir uns dann für die Kinderbetreuung entschieden. Über die Entscheidung sind wir im Nachhinein sehr froh, da – bedingt auch durch unsere hohe Frauenquote von über 80% – das Interesse für das Angebot groß ist. Gemeinsam mit einem flexiblen Gleitzeitmodell erleichtert es vielen Eltern den Berufsalltag mit Familie, insbesondere den Wiedereinstieg ins Berufsleben.

ECHO: Die Realisation einer Tiefgarage wurde also zu Gunsten der Kinderbetreuung eingestellt. Dementsprechend weniger Parkplätze stehen jetzt vermutlich den MitarbeiterInnen zur Verfügung – wie hat man dieses Problem gelöst?

Hannes Kohl: Zur Vermeidung von Problemen rund um Parkplätze, haben wir ein neues Mobilitätskonzept entwickelt. Dieses beinhaltet unter anderem die Bereitstellung von E-Bikes für Mitarbeiter, die langfristige Umstellung des Fuhrparks auf Elektro-Autos, die Förderung von Mitfahrbörsen sowie Kostenzuschüsse für die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln. Das alternative Mobilitätskonzept entspricht viel eher unserem erklärten Ziel, nachhaltig zu handeln, als der Bau einer Tiefgarage. Unsere Mitarbeiter tragen das Konzept glücklicherweise mit und bis jetzt funktioniert es sehr gut.

ECHO: Welche Entwicklungen sehen sie im Kosmetikmarkt?

Manuel Reinalter: Neben kurzfristigen Trendthemen wie Clean Beauty, Waterless-



oder Mikrobiom Kosmetik werden die Themen Nachhaltigkeit und Mobile/Onlineshopping die Kosmetikwelt revolutionieren. In einer Branche, die jahrzehntlang mit viel Kunststoff gearbeitet hat, ist Umdenken angesagt: Refillkonzepte, alternative Verpackungsformen, recycelbare Tuben oder unverpackte Produkte sind Beispiele dieses Veränderungsprozesses. Wir sind hier vorne mit dabei und der Standort Tirol hilft uns mit dem hohen Innovationstempo Schritt zu halten. Der Kosmetikmarkt 2030 wird zum großen Teil online und mobile stattfinden, deswegen müssen wir heute als Unternehmen in diese Wachstumsbereiche investieren. Wir beschäftigen uns intensiv mit internationalen Makrotrends in den Bereichen Konsumverhalten, Technologie und neuen Geschäftsmodellen um auch künftig für unser Kundinnen relevant zu bleiben. <<

CURA COSMETICS GROUP:

Firmensitz: Innsbruck

Mitarbeiter: 170, 80% Frauenanteil

Hauptgeschäftsfelder: Markenentwicklung und -vertrieb; Privat Labels, Start-up Business, Forschung und Entwicklung

Vertriebskanäle: Einzelhandel, Teleshopping, Online

Umsatz kons.: (2019) 55 Mio EURO; 95% Exportquote