

Die verrückte Geschichte vom Kamelshampoo aus Melle-Buer

Das Familienunternehmen Wilms begeistert Scheichs mit einem Produkt aus Kiefernkernholz

VON GEORG KERN

MELLE. Unglaublich, aber wahr: Die Firma Wilms aus dem Osnabrücker Land produziert ein Kamelshampoo - and exportiert es erfolgreich in die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE). Noch steht das Geschäft am Anfang. Aber die Firma sieht erhebliches Potenzial.

Am Eingang des Gebäudes der Firma Wilms in Melle-Buer steht ein Kamel aus Holz. Im ersten Stock liegen in einer Vitrine zahlreiche Medaillen und Urkunden. Eine davon belegt: Das Unternehmen hat bei einer Messe in den VAE einen Preis für das beste Produkt gewonnen. „Die Qualität unseres Kamelshampoos spricht sich allmählich herum“, sagt der Geschäftsführer Heinrich Wilms.

Er ist 64 Jahre alt, leitet das Unternehmen gemeinsam mit seiner Tochter Katharina Wilms, 31 Jahre alt und studierte Betriebswirtin. „Ich weiß, die Geschichte mit dem Kamelshampoo klingt verrückt“, sagt sie. Sie kennt ja die Reaktionen aus ihrem Bekanntenkreis. „Aber wer etwas mehr über unsere Firma erfährt, sagt dann oft schnell: Das Produkt passt doch super zu euch.“

Wilms ist ein Familienbetrieb mit langer Tradition. Gegründet 1893 als Sägewerk in Bad Essen-Barkhausen, wo das Unternehmen bis heute den Hauptstandort unterhält, hat sich das Geschäftsmodell inzwischen vollständig gewandelt: Die Firma stellt mit ihren 110 Mitarbeitern hauptsächlich Holzverpackungen und Paletten her. Außerdem bietet sie logistische Dienstleistungen an, wobei die Funkchip-Technik RFID eine wichtige Rolle spielt. Zudem hat Wilms biologische Pflege-Produkte wie Shampoos oder Cremes für Menschen und Haustiere auf der Basis von Kiefernkernholz entwickelt - dem Holz aus dem Innern von Kiefernstämmen. „Gemessen am Gesamtumsatz unserer Firma ist dieses Geschäftsfeld noch ausbau-

fähig“, sagt Katharina Wilms. „Aber wir arbeiten dran.“

Die Erzeugnisse aus Kiefernkernholz waren auch entscheidend für die Entwicklung des Kamelshampoos. 2010 entstand auf einem Agrar-Kongress in Osnabrück der Kontakt zu Fachleuten aus Al Ain, einer Stadt in den VAE. „Sie interessierten sich besonders für unsere Shampoos für Haustiere wie Hunde oder Katzen“, sagt Heinrich Wilms. Schließlich wurde er gefragt, ob er Interesse habe, ein entsprechendes Produkt für Kamele zu entwickeln.

„Auch für Beauty-Kamele eignet sich das Produkt hervorragend.“

Auch für den Unternehmer erst einmal ein überraschendes Anliegen: „Was wusste ich schon über Kamele?“ Heinrich Wilms zog Erkundigungen ein, wobei er einen Kontakt zur Osnabrücker Unternehmerin, Buchautorin und Kennerin der Golf-Region Birgit Maria Kempfues herstellte. Ergebnis seiner Nachforschungen: Der Markt für Kamelshampoo könnte äußerst attraktiv sein.

Die Tiere werden in arabischen Ländern nicht nur zum Transport oder zur Ernährung genutzt. „Es gibt auch einen großen Markt für Rennkamele, die teilweise für bis zu eine Million Dollar gehandelt werden“, erläutert Heinrich Wilms. Hinzu kommen Schönheitswettbewerbe: „Auch für Beauty-Kamele eignet sich unser Produkt hervorragend.“

Bei ihren Pflegeerzeugnissen macht sich die Firma Wilms Hygi-

ene-Eigenschaften von Kiefernholz zunutze. Gerade in Stammkernen dieser Baumart treten hohe Anteile sogenannter Polyphenole auf. Sie eignen sich, um Bakterien oder Viren unschädlich zu machen. „Das erklärt die hygienischen Eigenschaften von Kiefernkernholz“, erläutert der Unternehmer.

Über Jahrzehnte wurde in seiner Firma an den Erzeugnissen getüftelt. Herausgekommen sind Produktlinien mit Namen wie „PinusVital“ oder „PinusFauna“, deren Formeln jeweils auf Menschen oder bestimmte Haustierarten angepasst werden. „Die Erzeugnisse helfen bei Hautproblemen wie Juckreiz und Rissen. Bei Tieren zersetzen sie Bakterien im Fell, wodurch es bedeutend schöner wird“, erläutert Heinrich Wilms. Die Wirksamkeit der Produkte sei erwiesen und alles ordnungsgemäß zertifiziert. Wilms verkauft die Erzeugnisse als Cremes, Duschgel oder einfach als wässriges Extrakt.

„Weil es sich um Erzeugnisse für den Endverbraucher handelt sind sie für uns als mittelständisches Unternehmen nicht einfach zu vermarkten“, sagt Katharina Wilms. Das Unternehmen setzt stark auf das Internet - und darauf, dass sich die Qualität der Produkte herumspricht. „Wir machen die Erfahrung, dass Kunden, die einmal zu unseren Produkten greifen, sie gerne wieder kaufen.“ Kürzlich erzielte das Unternehmen einen großen Erfolg, als die Supermarktkette Edeka Wilms-Erzeugnisse ins Sortiment aufnahm - im Rahmen einer Aktion für Produkte aus der Region. Erste prak-

tische Erfahrungen mit dem Kamelshampoo sammelte die Firma ab 2011. In Testläufen wurden Tiere in den VAE Probe gewaschen, wobei die Unternehmerin Kempfues ebenfalls eine Rolle spielte. „Ich fand die Idee von dem Kamelshampoo gleich überzeugend. Mir war schon oft aufgefallen, in welchem beklagenswerten Zustand viele Tiere sind“, sagt sie. Auch Mitglieder der arabischen Oberschicht die sich beispielsweise teure Renn- oder Beauty-Kamele halten, stünden Fellproblemen oft hilflos gegenüber. „Man greift zur Chemiekeule, aber das erzeugt wiederum andere Probleme.“ Auch sie sehe daher großes Marktpotenzial für das biologisch abbaubare Kamelshampoo von Wilms.

Inzwischen ist der Export angelaufen. Wilms kooperiert mit einer eigens für die Kamelprodukte gegründeten kleinen Vertriebsgesellschaft mit vier Mitarbeitern in den VAE. „Ihr Name „Al Shibli“ geht auf das berühmte Rennkamel eines Scheichs zurück“, erläutert Katharina Wilms. Die Mitarbeiter sind auf Messen präsent, stellen direkte Kontakte zu Kunden

her und besuchen sie, um ihnen die richtige Anwendung des Shampoos zu zeigen. „Die Resonanz ist großartig“, sagt Katharina Wilms. „Wir haben dankbare Kunden, die uns zum Beispiel sagen, dass sie mit unserer Hilfe Preise bei Schönheitswettbewerben abgeräumt haben. Das sind dann schon mal hohe Geldbeträge oder teure Autos.“

Inzwischen sind Katharina Wilms und ihr Vater auch schon mehrfach selbst in die VAE gereist. In den Büroräumen des Unternehmens in Melle-Buer stehen Gastgeschenke von Kunden wie das selbst gebastelte Modell der Kamelfarm eines Beduinen. „Man kann sich ja vorstellen, dass das Geschäftemachen in den VAE ganz anders abläuft als in Deutschland“, erläutert die Geschäftsführerin.

Dort werde nicht allein auf das Produkt geguckt. „Persönlichkeit spielt

eine große Rolle“, sagt Katharina Wilms. Alles laufe insgesamt lang-samer ab. „Man nimmt sich Zeit um auch über Privates zu sprechen: Familie, Hobbys, die Kamele.“

Auch in die Wüste sind Katharina Wilms und ihr Vater schon gefahren, um in den Zelten von Scheichs Geschäfte einzufädeln. Sie habe den Eindruck, dass ihre Firma in eine bisher unentdeckte Marktnische vorgestoßen sei. „Natürlich ist das alles noch neu: Für unsere Kunden - aber auch für uns.“ Aber Geschäftemachen habe auch viel mit Vertrauen zu tun. „Das muss erst einmal wachsen. Und da sehe ich uns auf einem guten Weg.“



Katharina Wilms (links) steht mit ihrem Vater Heinrich Wilms und Mitarbeiterin Myriam Unnerstall hinter Gastgeschenken arabischer Geschäftspartner Foto: Michael Hehmann