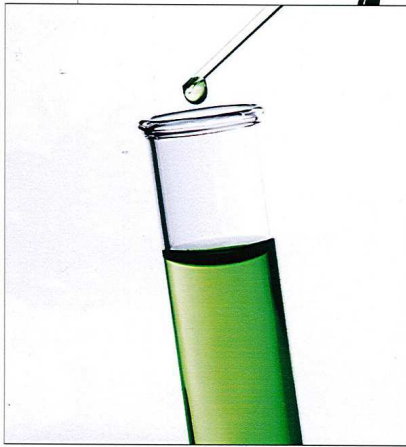


G

Gerade mal zwei Milliliter passen in seine XXS-Figur: knapp zwei Zentimeter schmal ist er, am Hals noch viel dünner, gerade mal sechs Zentimeter hoch, ein Zwerg aus Glas, unscheinbar und unpräzisionslos. Doch dieses kleine Ding verkörpert wahre Größe. Die Beauty-Ampulle,

von der hier natürlich die Rede ist, beherbergt nicht nur reinste, konzentrierteste, frischeste (unter pharmazeutischen Bedingungen produzierte) Formeln, sie hat auch dafür gesorgt, dass eine Stadt am Nordrand der Eifel zum Kapitel der professionellen Luxuskosmetik wurde. 15 Millionen Winzlings-Stücke gehen pro Jahr von hier aus in die Welt. Ein einsamer Rekord (und nicht der einzige) – gehalten von einer mittelständischen deutschen Firma in Familienbesitz. Babor. Und wie es so ist mit den Propheten, reißen sich vor allem die Luxushäuser weltweit um Expertise und Produkte made in Aachen. Checken Sie mal im „St. Regis“ in Abu Dhabi, im „Wolgan Valley“ in Australien, im „Plaza Athénée“ in New York, im „Marbella Club Hotel“, im „Beverly Hilton“, in den Meritage-Häusern in Santa Barbara und Napa Valley ein. Oder, doch nah, in der „Traube Tonbach“ zum Beispiel. Selbst auf Bali, dem Epizentrum der Wohlfühl-Luxusresorts, gilt: Babor ist fast überall schon da. Zu Lande, zu Wasser, in der Luft. Die Emirates Group schwört auf den „German Beauty Intelligence Service“, und auch im Spa am Flughafen Dubai schwebt der Gast auf Wolke B.

Der Ursprung all dessen liegt 1955 in Köln. Dr. Michael Babor, Pianist und Biochemiker, erfindet eine hydrophile Gesichtereinigung auf Ölbasis, die Maßstäbe setzt. Revolutionär damals, visionär bis heute – „Hy-Öl“ ist immer noch ein Starprodukt der Firma. 1956 gründet er die Firma Babor. 1962 verkauft er an den Unternehmer Dr. Leo Vossen. Noch gemeinsam arbeiten sie an dem Prinzip, das wir heute als selbstverständlich empfinden und das damals die Erfolgsgeschichte begründet: Systempflege auf Basis natürlicher Wirkstoffe und wissenschaftlicher Forschung, also biomedizinische Naturkosmetik. Vossen und seine Tochter Jutta Kleine-Tebbe (später kommt auch sein Sohn Leo P. dazu) sorgen in den nächsten Jahrzeh-



Naturprodukt trifft Reagenzglas: Darauf beruht der Erfolg von Babor

GETTY IMAGES/CULTURA SCIENCE/REUTERS

den modernen Anlagen im Stadtteil Eilendorf. Pro Jahr sind es 50.000 Liter. Der hauseigenen Forschungsabteilung mit 20 Wissenschaftlern gelingt es regelmäßig, Forschungsergebnisse, die oft in Kooperation mit renommierten Universitäten zustande kommen, in wegweisende Formeln zu übersetzen. Darunter die mehrfach ausgezeichnete „Advanced Biogen Intensive Repair“-Creme oder die Anti-Aging-Serie „HSR“, die nachweislich die Lebensdauer von Hautzellen verlängern kann, die intensiv wirkende „Body Cellular“-Linie oder der sogenannte Maserati des Hauses: „SeaCreation“, eine Luxuskomposition aus Tiefsee-Mikroorganismen für

amtliche 370 Euro in der „Rich“-Version. 2008 durfte sich die Firma selbst ein umfassendes „Rejuvenation-Treatment“ gönnen. Die Geschäftsführer Horst Robertz sowie Michael Schummert, der sich zuvor bei Estée Lauder, L'Oréal und Wolford „umgesehen“ hatte, initiierten einen kompletten Relaunch bis hin zu Verpackung und Formeln und der neuen Produktlinie „Baborganic“. Auch wenn die Pflege schon immer auf naturnah, Fairtrade und biologischen Anbau, regionale Grundstoffe wie das berühmte Thermalwasser der Stadt und Essenzen aus Vulkangestein in der

nahen Eifel setzte – die neue Linie verzichtet konsequent auf alles Synthetische. 2009 entstand die sogenannte Präzisionskosmetik: „Doctor Babor“ in Zusammenarbeit mit Dermatologen und plastischen Chirurgen. Die nutzen ihrerseits die Medical-Linie zur Vor- und Nachbehandlung von ästhetischen Eingriffen. Ein wichtiger Partner ist dabei „Clinic im Centrum (CiC)“ mit 40 Standorten in Europa. Auch auf der schwimmenden Schönheitsklinik an Bord von „Mein Schiff“ der TUI-Cruises. Und weiter ging die Reise in die Zukunft: Eine Männer- und eine Make-up-Serie eroberte neue Zielgruppen. Für Kosmetikpartner in aller Welt entstand das Konzept „Babor Beauty Spa“ – ein Qualitätsstandard und Komplettservice für Day-Spas. Über 130 gibt es davon heute – bis 2020 sollen es 500 werden. Könnte klappen. Die Winzlinge werden dazu weiterhin wesentlich beitragen: drei Neuzugänge für die nächste Ampullengeneration stehen in den Startlöchern. Die Inhaberfamilie ist schon weiter: Leo Vossens Enkelin und Enkel, Sohn von Jutta Kleine-Tebbe, sind gerade Mitglieder des Verwaltungsrats geworden. Cousin und Cousine bilden die 3. Generation. Die Enkelin von Dr. Michael Babor hingegen hat sein musikalisches Erbe angetreten. Valentina Babor war gerade zwölf Jahre alt, als sie als Ausnahmebegabung an der Universität Mozarteum Salzburg aufgenommen wurde und gehört mit jetzt 24 Jahren zu den talentiertesten Pianisten unserer Zeit.

## Forsch!

Von wegen immer nur Printen. Babor, ein Kosmetikunternehmen aus Aachen, bricht ständig Rekorde. *Susanne Opalka* berichtet

ten für den Ausbau zum Vollsortiment mit Sonnenpflege, dekorativer Kosmetik und Düften und investieren in den Ausbau der Entwicklungsabteilungen. In den 80ern entsteht das erste Trainingscenter für Fachkosmetikerinnen. Heute ist die „Dr. Babor GmbH & Co. KG“ in mehr als 60 Ländern weltweit vertreten, hat neun Tochtergesellschaften, 295 Mitarbeiter am Firmensitz in Aachen, rund 10.000 Kosmetikerinnen und Institute arbeiten mit den Produkten. Jedes Jahr schult das Unternehmen weitere rund 1500 Kosmetikerinnen, die aus allen Ecken der Welt anreisen. Hinzu kommen Schulungen in Hotels, Spas und Instituten vor Ort, an denen jährlich knapp 4000 „Babormaniacs“ teilnehmen. Mit einem aktuellen Umsatz „im hohen zweistelligen Millionenbereich“ (man schätzt etwa 80 Millionen Euro) und guten Wachstumsraten ist die Firma kerngesund. Das „Hy-Öl“ fließt nach wie vor – fast unverändert in der Rezeptur, nur um einen Detoxwirkstoff ergänzt – aus



15 Millionen Ampullen gehen im Jahr von Aachen aus in die Welt