

Paul Note, CEO Geistlich Pharma AG

«Pioniergeist ist ein Geistlich-Gen»

Ältere Zeitgenossen denken beim Namen «Geistlich» an Dünger, Leim oder Gelatine – alles Produkte mit Knochen als Grundlage. Heute produziert das Unternehmen zwar immer noch Leim (Geistlich Ligamenta), es steht aber auch für erfolgreiche biologische Medizintechnik: Die Geistlich Pharma AG, auch eine Tochter der Geistlich Holding, ist in der regenerativen Biomedizin weltweit an der Spitze. CEO Paul Note zum Erfolgsrezept. *Hans Reis*

Herr Note, Geistlich Pharma stellt heute Produkte zur Regeneration von Knochen, vor allem im Bereich der Zahnmedizin und in der Orthopädie, aber auch zur Regeneration von Knorpel und Weichgewebe her. Ist Ihre über 100 Jahre alte Firma mit Knochen «verheiratet»?

Paul Note: Es ist in der Tat kein Zufall, dass wir uns beim Knochenmaterial zu Hause fühlen, auch heute, wo wir entsprechende Hightech-Produkte herstellen und global verkaufen. Da wir Leim, Dünger und Gelatine auf der Basis von Knochen herstellen, haben wir uns intensiv mit dem Knochengewebe beschäftigt. Es war ein Glücksfall, dass uns Forscher in den 1980er-Jahren hier in Wolhusen animierten, darüber zu «hirnen», was wir noch zusätzlich mit Knochensubstanzen machen könnten. Es folgte eine systematische Überprüfung der möglichen Anwendung von natürlichen Rohstoffen in neuen Indikationen. Dr. Peter Geistlich hat dann entschieden, regenerative Biomaterialien zu entwickeln. Vor knapp 25 Jahren haben wir unser erstes Produkt zur Knochenregeneration auf den Markt gebracht. Den Leim stellt die zu Geistlich Industry gehörende Geistlich Ligamenta immer noch her – jetzt aber synthetisch.

Umgekehrt scheinen auch menschliche Knochen, etwa im Mundbereich, Ihre Produkte zu «lieben». (Lacht). Ja, auch das trifft zu. Das ist gerade das Geheimnis: Die Strukturen von Geistlich Bio-Oss, eines unserer Erfolgsprodukte in der regenerativen Zahnmedizin, wird von den Knochenzellen buchstäblich «geliebt». Sie siedeln sich nämlich auf dessen Struktur an und vermehren sich. So bildet der Körper entlang der Struktur neues Knochenmaterial. Damit ermöglicht man, dass das Gewebe wieder optimal nachwächst.

Welches ist Ihr Erfolgsrezept?

Es sind 4 Faktoren, die unseren Erfolg ausmachen: 1. Die Innovationskraft unserer Produkte: Als wir in den 1980er-Jahren in das Geschäft der regenerativen Biomaterialien eingestiegen sind, lag der Markt brach. Wir haben als Pioniere den Markt aufgebaut

und entscheidend geprägt. Für die Knorpelregeneration haben wir ein innovatives Verfahren entwickelt. In diesem Jahr bringen wir ein komplett neuartiges Produkt für die Regeneration von Weichgewebe auf den Markt. 2. Wir verfolgen bei der Entwicklung der Produkte einen wissenschaftlichen Ansatz. Mit zahlreichen Studien hinterfragen und untermauern wir die Qualität und die Effizienz unserer Produkte. 3. Wir haben viel Energie und Kraft investiert, um ein vertrauensvolles Verhältnis zu unseren Vertriebspartnern und zu wichtigen Meinungsbildnern weltweit aufzubauen. Diese Kombination führt dazu, dass unsere Kunden uns treu bleiben, wenn wir sie einmal von unseren Produkten überzeugt haben. 4. Wir verkörpern als Familienunternehmen die klassischen Schweizer Werte, und die Tatsache, dass wir nicht börsenkotiert sind, erlaubt uns ein langfristiges und nachhaltiges Denken.

Sie erhielten Mitte April den Zentralschweizer Unternehmerpreis 2010 des Swiss Venture Clubs (SVC). Was löste dieser Preis in der Firma aus?

In erster Linie hat er die Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen gestärkt. Der SVC-Unternehmerpreis ist die erste Auszeichnung für das gesamte Unternehmen Geistlich Pharma AG und nicht für einzelne Produkte. Wir haben die Siegeskulptur im Betrieb ausgestellt und spüren, dass der Sieg die Mitarbeitenden mit Stolz erfüllt.

Wer die Firma Geistlich über die letzten Jahrzehnte verfolgt hat, ist immer wieder über den «unternehmerischen Spürsinn» und die Entwicklung zum diversifizierten Pharmaunternehmen erstaunt. Worauf führen Sie dies zurück?

Der Pioniergeist ist offensichtlich ein Geistlich-Gen. Wir haben uns immer auf unsere Stärken konzentriert und sind neue Wege gegangen. Das hat dazu geführt, dass wir z. B. während des 2. Weltkriegs als Spezialist für Knochen den Auftrag erhielten, ein Produkt gegen den Knochenschwund zu entwickeln (Decalcit). Das war unser Eintritt in den Pharma-Bereich. In den 1980er-Jahren hat Dr. Peter



Bild: zVg

Paul Note ist seit 2006 CEO der Geistlich Pharma AG. Vorher arbeitete der Mathematiker und Betriebs- und Volkswirtschaftler u. a. für Michelin (1999 bis 2006), Holcim (als CFO Benelux), Bongrain International und Hayek Engineering. Geistlich ist zu 100 Prozent im Familienbesitz. Zur Holding gehören die Geistlich Pharma AG in Wolhusen und Root, Geistlich Industry und Geistlich Immobilien in Schlieren. Geistlich Pharma und ihre sechs Tochtergesellschaften beschäftigen weltweit rund 300 Mitarbeitende.

Geistlich – heute VR-Präsident – seine Vision, kombiniert mit Unternehmergeist, in die Tat umgesetzt. Er führte durch den Einstieg in die regenerativen Biomaterialien einen grundlegenden Wandel in der Unternehmensstrategie herbei. Im Laufe der Jahre haben er und das Management die Strukturen immer weiter ausgebaut und professionalisiert.

Keine Nation wird mit so vielen positiven Attributen belegt wie die Schweiz. Vor allem Zuverlässigkeit und Qualität spielen für uns eine immense Rolle. Die Swissness ist ein Mehrwert für unsere global präsente Marke.

Sie haben an Ihrem Standort in Wolhusen das benachbarte Areal der Walzmühle AG gekauft, mit Getreidesilos, die Sie mit hohen Kosten rückbauen müssen. Setzen Sie also für die Zukunft klar auf den Standort Schweiz und Wolhusen im Speziellen?

Das trifft zu. Der Standort Wolhusen besteht seit 1899. Alleine zur Wahrung des Know-hows unserer Produkte spielt er eine grosse Rolle. Wir werden langfristig hier bleiben. Wolhusen bleibt für uns das unangefochtene Forschungs- und Produktionszentrum. In Root (LU) ist das Frontoffice, also Vertrieb, Marketing und Kommunikation der Geistlich Pharma AG. Wir investieren kontinuierlich in beide Standorte.

Was spricht für den Standort Schweiz?

Die Schweiz und die Schweizer Produkte geniessen weltweit ein hohes Ansehen.

Auch die Schweiz wurde von der Krise erfasst. Wie haben Sie sie gemeistert?

Auch wir spürten die Krise, allerdings auf hohem Niveau. Wir haben nicht mehr zweistellige, sondern «nur» noch einstellige Wachstumsraten. Das ist aber einzigartig in der Branche.

Verschiedene Firmen hatten oder haben – trotz wirtschaftlicher Flaute – Mühe, ausgewiesene Spezialisten zu finden. Trifft das auch für Ihre Firma zu?

In unserem Business braucht es naturwissenschaftliches Know-how. In der Schweiz ist das manchmal schwer zu finden. Für uns ist es wichtig, dass neue Mitarbeitende uns sowohl fachlich als auch menschlich überzeugen. Die Nationalität spielt dabei eine untergeordnete Rolle. Unser Unternehmen ist mit sechs Tochtergesellschaften sehr international orientiert und offen. Wir

arbeiten seit jeher eng mit Wissenschaftlern aus der ganzen Welt zusammen.

Was tut die Geistlich Pharma selbst zur Förderung des Nachwuchses?

Wir fangen früh an mit der Förderung: Müttern bieten wir entsprechende Konditionen, um Kind und Karriere zu vereinbaren. Talentierte Hochschulabgänger finden bei uns anspruchsvolle Stellen in einem wissenschaftlichen Umfeld. Die Weiterentwicklung von engagierten Mitarbeitenden schreiben wir gross. Wir bieten auch Lehrstellen und Praktikumsplätze. Mit dieser Personalpolitik können wir uns ein stets wachsendes wissenschaftliches und praktisches Know-how sichern.

Herr Note, wenn Sie nicht arbeiten, was machen Sie dann am liebsten?

Als echter Familienmensch widme ich meine ganze Zeit der Familie. Wenn ich arbeite, der Familie Geistlich. Wenn ich nicht arbeite, der Familie Note. ■