

Der Erfolg eines Unternehmens ist eng mit Menschen verknüpft, die diesen mitgestalten. Seit über 12 Jahren ist Ivo Petschke Teil der L.A. Schmitt GmbH.

Herr Petschke hat in dieser Zeit wichtige Meilensteine in der Unternehmensentwicklung mitgeprägt.

Im Gespräch mit uns blickt er auf einige Stationen zurück und gewährt uns Einblicke in die Arbeit und Produktvielfalt der L.A. Schmitt.



Interview mit dem Geschäftsführer Ivo Petschke

EURO COSMETICS: *Herr Petschke, Sie sind seit 2013 im Unternehmen und waren für den Vertrieb und das Marketing verantwortlich, bis Sie 2018 die Geschäftsführung von Herrn Manfred Stöver übernommen haben. Was hat Sie dazu motiviert, diese Position zu übernehmen?*

Ivo Petschke: Verantwortung zu übernehmen, war für mich nie eine Hürde – habe ich doch zuvor bereits als Geschäftsführer gearbeitet. Die Übernahme war langfristig geplant, sorgfältig vorbereitet und mit dem gesamten Team abgestimmt, was die Entscheidung erheblich erleichterte. In einem mittelständischen Unternehmen hat man die einzigartige Möglichkeit, die Erfolgsgeschichte aktiv mitzugestalten – das war für mich ein entscheidender Anreiz.

EURO COSMETICS: *Welche Richtung hat das Unternehmen seither eingeschlagen?*

Ivo Petschke: Herr Stöver hatte während seiner Amtszeit den Schwerpunkt auf die technische Ausstattung und den Aufbau fachlicher Kompetenz gelegt. Diese solide Basis konnte ich nutzen, um neue Kunden zu gewinnen und bestehende Partnerschaften beim Wachstum zu begleiten.

EURO COSMETICS: *Welche Veränderungen betrachten Sie als Wendepunkt für die L.A. Schmitt, wenn Sie auf die lange Geschichte des Unternehmens zurückblicken?*

Ivo Petschke: Es gab viele prägende Momente, etwa den Umzug von Leipzig nach Ludwigsstadt in den 50er Jahren. Blicken wir jedoch auf die letzten 20 Jahre: 2009 markierte die Übernahme durch die BRAIN AG einen entscheidenden Schritt. Mit dem Eintritt von Herrn Stöver erfolgte die strategische Neuausrichtung – weg von eigenen Marken hin zum reinen Private-Label-Anbieter. Er sanierte das Unternehmen grundlegend, insbesondere in Produktion und Entwicklung, getrieben durch die Anforderungen der damals neuen europäischen Kosmetikverordnung. Ein weiterer Wendepunkt war die Entscheidung der BRAIN AG, sich neu auszurichten, wodurch L.A. Schmitt nicht mehr in die Konzernstruktur passte. Dies wurde frühzeitig und transparent kommuniziert, sodass wir gemeinsam einen neuen Investor suchen konnten. Für diese Offenheit bin ich den Verantwortlichen, insbesondere Lukas Linnig, bis heute dankbar. Mit La Cultura Verde Ltd. und der Familie Kim haben wir den idealen Partner gefunden – nicht nur als Käufer, sondern auch als Investor in den Standort. Die neu geschaffene Marke „Frauka“, die derzeit in Korea vertrieben wird, entwickelt sich sehr positiv. Für uns ist „Frauka“ wie jeder andere Private-Label-Kunde – vom Wachstum und der Modernisierung profitieren alle gleichermaßen.

EURO COSMETICS: *Und welche Momente oder Ereignisse sind Ihnen dabei besonders im Gedächtnis geblieben und haben Ihre Arbeit bis heute geprägt?*

Ivo Petschke: Die Übernahme der Geschäftsführung und der Gesellschafterwechsel waren zweifellos prägend, jedoch gut geplant und strukturiert. Ganz anders verhielt es sich mit der Corona-Pandemie und dem Überfall Russlands auf die Ukraine. Diese Ereignisse haben tiefe Spuren hinterlassen, da wir plötzlich auf völlig neue Rahmenbedingungen reagieren mussten: Bei Corona waren es die Umstellung der Arbeitsabläufe und die Chance, Desinfektionsmittel zu produzieren. Nach Beginn des Ukraine-Krieges kamen Rohstoffknappheit, Lieferengpässe und explodierende Energiepreise hinzu. Wir haben beide Krisen gemeistert – und auch wenn es abgedroschen klingt: Wir sind gestärkt daraus hervorgegangen, weil wir unsere Flexibilität unter Beweis gestellt haben.

EURO COSMETICS: *Wie groß ist das Unternehmen mittlerweile und wie hoch ist seine Produktionskapazität?*

Ivo Petschke: Wir beschäftigen derzeit 25 Mitarbeiter und arbeiten im Einschichtbetrieb. Mit geplanten Investitionen in größere, moderne Maschinen und der Option auf einen Zweischichtbetrieb verfügen wir über ausreichend Wachstumspotenzial.

EURO COSMETICS: *Die L.A. Schmitt stellt auch selbst Produkte her. Auf welches Produkt sind Sie am meisten stolz?*

Ivo Petschke: Neben der finanziellen Stärke unseres Gesellschafters profitieren wir von dessen jahrzehntelanger Erfahrung im koreanischen Kosmetikmarkt. Diese Expertise fließt in unsere Produktentwicklung ein – koreanische Innovationskraft kombiniert mit deutscher Qualität. Das Ergebnis ist eine Pflegelinie von aktuell zehn Körper- und Gesichtspflegeprodukten unter der Marke „Frauka“. Dieses Knowhow stellen wir auch gern unseren Private-Label-Kunden zur Verfügung.

EURO COSMETICS: *Können Sie uns die Wissenschaft/Forschung hinter den Produkten erklären?*

Ivo Petschke: Unser Entwicklungsteam ist eng mit der Rohstoffindustrie vernetzt und erhält frühzeitig Einblicke in neue Trends, die wir unseren Kunden in Form fertiger Konzepte präsentieren. Hinzu kommt unser starkes Netzwerk aus der Verbandsarbeit, das uns über regulatorische Ände-

rungen informiert. Und nicht zuletzt profitieren wir von der Marktkenntnis unserer koreanischen Partner.

EURO COSMETICS: *Was genau bieten Sie Ihren Kunden neben bereits fertigen Produktlinien an?*

Ivo Petschke: Unsere Kernkompetenz liegt in der individuellen Entwicklung von Rezepturen, maßgeschneidert nach den Wünschen unserer Kunden. Fertige Produktlinien und unser Know-how dienen dabei als Inspiration und Unterstützung. Jede Marke hat ihre eigene Sprache – unsere Aufgabe ist es, die passende Formulierung zu kreieren.

EURO COSMETICS: *Wo findet man die Produkte von L.A. Schmitt?*

Ivo Petschke: Die Produkte unserer Kunden sind in Spas, Hotels, Thermen, Kosmetikstudios, im stationären Handel sowie online erhältlich. Die Marke „Frauka“ wird derzeit überwiegend im koreanischen Teleshopping vertrieben; ein Onlinevertrieb in Deutschland ist für 2026 geplant.

EURO COSMETICS: *Was sind aktuell die größten Herausforderungen für Lohnhersteller in der Kosmetikbranche?*

Ivo Petschke: Die Herausforderungen sind vielfältig: zunehmende Regulierung – etwa entwaldungsfreie Lieferketten oder die PPWR –, ein schwaches Konsumklima, insbesondere in Deutschland, sowie anhaltende Probleme in den Lieferketten. Bei bestimmten Rohstoffen und Verpackungen sind Preise und Lieferzeiten kaum kalkulierbar. Jammern hilft aber nicht – wir müssen flexibel bleiben und Lösungen finden.

EURO COSMETICS: *Wie sehen Sie die zukünftige Rolle des Unternehmens?*

Ivo Petschke: Als starker, innovativer Partner an der Seite unserer Private-Label-Kunden – und für jene, die es noch werden wollen. Gestützt durch die eigene Marke „Frauka“ und weitere Investitionen in den Standort.

EURO COSMETICS: *Herr Petschke, besten Dank für das Gespräch.*

