

im guten Rat im punkto Bad



Bekannt, beliebt und zu neuem Leben erweckt: Badusan-Dusch- und Schaumbäder

Matthias Gabel setzt mit seinen Mitarbeitern auf die traditionsreiche DDR-Marke

Von Ulrich Langer

Der Werbespot ist faktisch tot, das Produkt lebt. Ein kurioser Umstand. „Die Fernsehreklame aus DDR-Zeiten – es gibt nirgendwo einen Mitschnitt davon, in keinem Archiv ist sie mehr zu finden“, erzählt Matthias Gabel. Der gebürtige Fast-Dresdner – „ich kam in Radebeul auf die Welt, in der Stadt der Millionäre“ – scherzt gern, wenn er über sich erzählt. Und lacht gleich, als er sich erinnert, wie vor der Wende Badusan in aller Munde war. Ein Schaumbad – im Mund? Ja, vielmehr ein Werbeliedchen, das vielen Mitte-, Enddreißigern und Älteren aus dem Osten sofort über die Lippen kommt, hören sie nur das Wort Badusan, den Namen des berühmtesten Schaumbades: Jedem fällt schlagartig noch heute die Melodie ein und fast alle singen wie elektrisiert den Slogan vor sich hin „Baden mit Badusan, Badusan, Badusan“. Das stimme ihn immer wieder fröhlich. Dieses Werbelied ist also gar nicht gestorben, sondern nur seine optischen Zeugnisse. Gabel hat nahezu alles versucht, irgendwo noch ein Video, eine wie auch immer geartete Aufzeichnung auszukramen – „ohne Erfolg“. Aber das sei auch nicht so wichtig, sagt der 62-Jährige, der 2008 Badusan zu neuem Leben erweckte. Bedeutsamer ist für ihn und seine fünf Mitarbeiter, was sie seither daraus gemacht haben. Ein riesiges Ding, „ein kleines Wunder wie im Märchen“, ulkt Gabel, sagt es mit einem Funkeln in den Augen und nicht ohne Genugtuung: „Erstmals haben wir im vorigen Jahr Gewinn erwirtschaftet.“ Zwölf Jahre harter Arbeit stecken dahinter.

Ein Engagement, das gar nicht so selbstverständlich scheint. Der gelernte Maschineningenieur, der seinerzeit an der Ingenieurschule für Schwermaschinenbau in Roßwein gelernt hatte, dann von 1975 bis zur Wiedervereinigung bei Nagema, der Dresdner Firma für Nahrungs- und Genussmittelmaschinenbau werkelt – „Wir haben faktisch Karosserien für Maschinen gezimmert“ – und nun auf Beauty macht, schmunzelt, wenn er darüber spricht: „Schaumbad, Duschbad, Flüssigseife und vieles mehr – da bin

ich jetzt involviert, obwohl ich davon bislang gar keine Ahnung hatte.“ Und prompt kommt noch ein Joke hinterher: „Naja, ich hatte schon immer gemeint, es sollte sich in der Wanne richtig viel Schaum türmen, damit ich meinen Bauch nicht sehen muss.“ Und damit ist er bei Badusan genau richtig.

„Es ist tatsächlich so, dass unser traditioneller Badezusatz mehr Schaum zustande bekommt als Konkurrenzprodukte“, weiß Johannes Gabel zu berichten. Der 37-Jährige ist sozusagen der Junior-Boss, obwohl sein Vater gleich dazwischengrätscht: „Hier gibt's nur einen Chef“, und der habe alles im Griff. Dennoch gibt er kleinlaut zu, dass „Johannes das ganze Internetzeug durchaus toll beherrscht“. Also weit gefehlt der flapsige Spruch des Seniors mit Blick auf seinen Sohn: „Der kriegt alleine nichts hin.“ Dabei ist zu spüren, wie gut es dem Älteren tut, seinen Nachwuchs an seiner Seite zu wissen, zu spüren, zu schätzen.

Markenrechte und Rezepturen gekauft

Beide haben Großes vor. Natürlich soll es weiter vorangehen. Dafür sind die Management-Erfahrungen von Matthias Gabel nicht von Pappe. 2004 hat er den von seinem Vater nach der Wende gekauften Maschinenbaubetrieb FZR in Radebeul übernommen. Es war also mehr ein Zufall, dass es sich mit Badusan so ergeben hat. „Mit der Maschinenbaufirma hatten wir gute Absatzmöglichkeiten bei Koenig & Bauer, dem früheren Druckmaschinenhersteller Planeta Radebeul. Aber mein Wirtschaftsberater meinte eines Tages, es sei wohl nicht sehr sinnvoll, von einem einzigen Abnehmer abhängig zu sein.“ Wenn der sich neue Zulieferer suche, seien wir weg vom Fenster, erzählt der Senior-Chef. Im Gegenzug habe er ihm Alternativen vorgeschlagen – etwa den insolventen Schuhcreme-Hersteller Eggü aus Dresden aufleben zu lassen oder die Geraer Badusan-Firma, die ebenfalls pleite war. „Bei Eggü hat es nicht geklappt, in Thüringen hingegen schon“, berichtet Gabel. Aber es gab von den einstigen DDR-Dingen in Gera „praktisch nichts

mehr. Maschinen und sonstiges Inventar – alles schon perdu. Wenigstens konnte ich die Markenrechte und Rezepturen vom Insolventen verwalten kaufen“. Und das war 2008 – die Wieder-Geburtsstunde von Badusan.

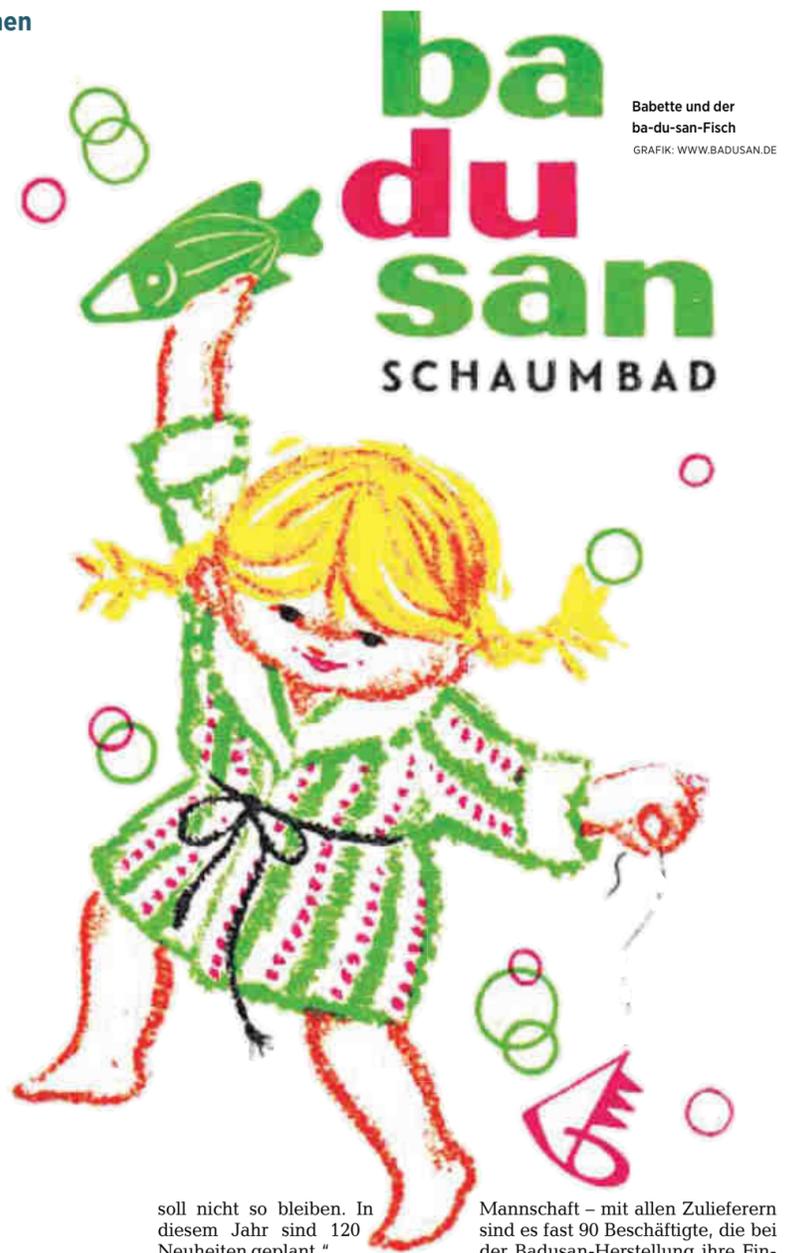
Heute zählen 120 Produktversionen zum Angebot der Dresdner. Gerüche im Badezusatz oder Schaumbad wie Latschenkiefer – Johannes: „Kiefernadelduft mit belebender Roskastanie“ – oder Lavendel, Melone, Kirsche, Quitte, Flieder oder Maiglöckchen, es scheint ein schier unendliches Meer an Varianten zu geben. „Wir bieten 22 Duftnoten an, jeweils als Schaum-, Duschbad und Flüssigseife“, zählt Tina Friese (33) auf, die als Chemikerin für Lebensmittel-Technik bei Badusan ihre Finger im Spiel hat. Und der Junior-Chef, der sich einst zum Fertigungsmechaniker im Waggonbau Bautzen qualifizierte, fügt hinzu: „Das



Aus großen Tanks in die Abfüllanlage – so gelangen die Dusch- und Badezusätze schließlich in den Flaschen für den Verkauf. FOTOS: ULRICH LANGER



Die Macher (von links): Badusan-Senior-Chef Matthias Gabel mit grünem Schwimm-Fisch-Badusan (bekannt aus DDR-Zeiten); Silvana Brauner, in der Abfüllung tätig; Tina Friese, Chemikerin für Lebensmitteltechnik (beide mit Badekugeln); Junior-Chef Johannes Gabel mit gelber Schwimm-Ente (auch aus DDR-Zeiten bekannt).



Babette und der ba-du-san-Fisch
GRAFIK: WWW.BADUSAN.DE

soll nicht so bleiben. In diesem Jahr sind 120 Neuheiten geplant.“

Fisch und Ente aus DDR-Zeiten – immer noch die Renner

Ohne die Partner des Dresdner Badusan-Herstellers, der im Stadtteil Gorbitz in einer ehemaligen Kaufhalle seinen Sitz hat, ist das allerdings nicht zu bewerkstelligen. Kurz und bündig bringt es Matthias Gabel auf den Punkt: „Ich möchte meine Lieferanten um den Kirchturn herum wissen.“ Gemeint ist, er bevorzugt regionale Helfer. Da wäre als Erstes die Firma Epicos in Zeulenroda zu nennen, „die uns die Masse bereitstellt“. Dahinter verborgen sich riesige Plastetanks, in denen die Flüssigkeiten lagern, aus denen dann die Bade- und Waschlotionen gezaubert werden. Na ja, ohne lukrative Verpackungen läuft bei Badusan ebenfalls nichts. Sie kommen aus Königstein bei Dresden. Flaschen und andere Formen. Beliebt sind nach wie vor die aus DDR-Zeiten bekannten und beliebten Plaste-Fische und -Enten, die Schaumbad ausspucken und als Spielzeug für die Kinder gute Dienste tun. Parfümöle sind natürlich nötig – damit alles gut riecht. Hier greift die im Leipziger Ortsteil Miltitz ansässige Firma Bell Flavors & Fragrances ein, zu der das Geraer Badusan-Werk zwischenzeitlich seit Anfang der 1960er-Jahre als Teil des VEB Chemisches Kombinat Miltitz gehörte. Schließlich noch die Etiketten. Sie kommen von der Papierverarbeitung Peters in Radebeul. „Also, wir sind mit unseren Erzeugnissen rein ostdeutsch, rein regional“, betont der Senior. „Das spart enorm an Transportkosten, wenn andernfalls etwa Zulieferer aus Osteuropa oder Fernost im Boot säßen.“

Mit dieser Philosophie – „wir spielen nicht im Billigsegment, sondern punkten mit Qualitätserzeugnissen“ (Matthias Gabel) – liegen die Badusaner offensichtlich richtig. Nicht nur, dass sie sich jetzt in der Gewinnzone wohlfühlen dürfen, auch beim Umsatz haben sie inzwischen „zwar noch nicht ganz die Millionen-Grenze angekratzt, aber immerhin schon in Sichtnähe gebracht“. 2008/09 wurden fünf Tonnen der Dusch- und Badeflüssigkeit verarbeitet. „Heute schaffen wir über 100 Tonnen im Jahr.“

Die müssen natürlich an die Frau und den Mann gebracht werden. „Der Vertrieb ist eine recht schwierige Angelegenheit bei einem Produkt, das mal von der Bildfläche verschwunden ist, aus dem Osten kommt und im Westen bislang keine Rolle spielt“, sinniert Johannes Gabel. Jedoch ist es ihm und seiner

Mannschaft – mit allen Zulieferern sind es fast 90 Beschäftigte, die bei der Badusan-Herstellung ihre Finger im Spiel haben – gelungen, endlich auch bei großen Handelsriesen Fuß zu fassen. „Inzwischen sind wir bei Rewe Ostdeutschland gelistet, bei Edeka Nordbayern, bei Globus bundesweit, bei Bela in Norddeutschland“, zählt der Junior auf. Und: „Neuerdings sind wir zudem mit einem Testverkauf bei Kaufland in den neuen Ländern präsent.“ Alles in allem kommen so an die 300 Kaufhallen und Drogerien zusammen, in denen Badusan in den Regalen steht. Das soll sich noch ausweiten, hofft Matthias Gabel. „Es ist doch nicht selten, dass einige Ost-Produkte – Nudossi-Schoko-Creme ist Beispiel dafür – zuerst in Handelsketten in den neuen Ländern verkauft wurden, und wenn sie hier guten Absatz finden, denken die Chefs dieser Unternehmen darüber nach, diese Produkte vielleicht auch mal im Westen anzubieten.“ Das sei dann mitunter der Start, auch in den alten Ländern verstärkt Badusan-Liebhaber zu generieren, „weil unsere Waren mit der Konkurrenz durchaus mithalten können, vielleicht sogar noch einen Tick besser ankommen“.

Gute Absatzchancen vor allem im Osten Deutschlands

Mit neuen Ideen soll der Aufstieg von Badusan fortgesetzt werden. In kleinen, aber festen Schritten. „Bei der Verpackung etwa wollen wir weniger Plastik einsetzen“, so Johannes Gabel. Bei der jetzt vorm Markteintritt stehenden Badekugel – „manche sagen Badebombe dazu“ – ist das etwa der Fall. Sie sieht wie eine Eiskugel aus und ist in einem passenden Pappbecher zu haben. „Das einzige Plasteteil ist der Deckel.“ Der Rest sei aus wiederverwertbarem Material. „So sparen wir“, ergänzt der Vater, „bis zu 95 Prozent Plastik ein im Vergleich zur bisherigen Kunststoffflasche“. Neben Badebällen ist Badusan-Badesalz neu auf dem Markt. Es erzeuge Sprudel so ähnlich wie Brausepulver und hinterlasse am Ende im Unterschied zu herkömmlichen Salzen sogar noch Schaum. „Dann wollen wir noch im Wellness-Bereich punkten“, so Johannes Gabel. Etwa mit Saunaaufgüssen.

Gute Absatzchancen nicht zuletzt für die neuen Kreationen lauern selbstredend vor allem im Osten. Immerhin ist hier Badusan bei 90 Prozent der mittleren und älteren Bevölkerung bekannt. Im Westen lediglich bei 15 Prozent – „das sind die Ossi, die nach der Wende ausgewandert sind“, meint Gabel junior und sein Vater lächelt verschmitzt dabei.

„Wir sind mit unseren Erzeugnissen rein ostdeutsch, rein regional.“

Matthias Gabel
Senior-Chef der Firma Badusan