

Le concept Tupperware pour la santé

Source de cet article: Tageblatt (Luxembourg), vendredi 13 mars 2020, www.tageblatt.lu
Auteur de cet article: Wiebke Trapp, Tageblatt

Le concept Tupperware pour la santé, c'est PM international, entreprise réalisant un chiffre d'affaires d'un milliard de dollars US grâce à la vente directe.

Le bâtiment de l'entreprise est probablement l'un des plus photographiés dans le village touristique de Schengen. Ce que l'entreprise y fait reste plutôt nébuleux à première vue. Pourtant, PM International AG est un « champion caché ». En 2019, l'entreprise, qui fabrique et vend des produits pour la santé, le fitness et la beauté dans le monde entier, a réalisé un chiffre d'affaires d'un milliard de dollars américains.

Le siège de l'entreprise internationale avec vue sur la Moselle se distingue entre les fermes et les maisons des vigneron dans le village. Beaucoup de verre et un style de construction moderne. L'impression continue à l'intérieur du bâtiment jusqu'au bureau de Rolf Sorg (56), le fondateur et propriétaire. Les lignes de couleur et de conception sont tout aussi cohérentes que l'idée de l'entreprise depuis 1993.

Bien avant que la tendance ne devienne ce qu'elle est aujourd'hui, Sorg croyait en l'intérêt des compléments alimentaires. À cette époque, le besoin pour les gens était encore un créneau dans le secteur de la santé, de remise en forme et de la beauté. Il a raison de parler de cette époque comme d'une «vision».

C'est le moment où Tupperware a démontré que les ventes directes fonctionnent. Les clients vendent des produits de leur propre initiative – de la maison. Sorg a appris à connaître le concept lors de ses études d'ingénieur industriel à Kaiserslautern et Mannheim. Pour l'étudiant, c'est un beau revenu supplémentaire. « Sans risque financier », comme il le dit. “Et j'ai eu beaucoup de plaisir à le faire”.

“Premium” depuis le début

La question de savoir s'il utilise lui-même ses produits est anticipée par l'entrepreneur qui est habitué au public. Il le sait déjà et ne laisse même pas les doutes surgir. Bien sûr, lui et sa famille utilisent des “ses” produits. D'autant plus qu'il a travaillé sur l'ajout de “Premium” pendant une longue période. « Il ne s'agit pas de ce que vous prenez, mais de l'amener là où il est nécessaire, dit-il. “Au niveau de la cellule”.

L'efficacité est confirmée par les athlètes luxembourgeois et leurs fédérations. Et les athlètes du monde entier l'annoncent volontiers sur le propre site Web de l'entreprise. Les produits PM sont sur la liste de «Cologne» depuis sa fondation en 2006. Il teste des produits pour les substances dopantes dans l'intérêt de la prévention et publie les résultats.

Le côté scientifique est couvert par des chercheurs de toutes sortes de disciplines scientifiques qui travaillent pour le compte du Groupe à l'Institut luxembourgeois des sciences et de la technologie (LIST) situé à Esch sur Alzette. Pour poursuivre le développement et l'assurance de la qualité, 140 mètres carrés d'espace de laboratoire y sont utilisés. Aujourd'hui, Sorg n'a plus besoin d'être aussi persuasif qu'au début. Les produits sont un succès infaillible, frappant le nerf soucieux de la santé de notre époque.

Schengen offre beaucoup d'avantages

L'entreprise est en pleine expansion. Dans un avenir proche, des laboratoires seront ajoutés dans la "maison de la biosanté", également située à Esch. « Nous manquons d'espace », dit Sorg. Il existe des plans similaires sur le site Schengen. Un deuxième bâtiment avec 80 autres employés est prévu de l'autre côté à Waistrooss, tout comme la construction de 25 appartements pour les employés. Selon l'entreprise, le plan de développement partiel (PAP) a été approuvé.

S'installer à Schengen avec le siège international était une étape logique pour l'Allemand originaire du Palatinat, qui vit au Luxembourg depuis 1998. « Je regarde par la fenêtre ici et j'ai l'Allemagne et la France en vue », dit Sorg. C'est là que la pensée internationale est facilitée. Sa nationalité luxembourgeoise complète les avantages.

Sorg ne comprend pas pourquoi plus d'entreprises ne prennent pas le pas et s'installent à la frontière, loin des embouteillages autour de la capitale. « Je n'ai pas besoin d'être dans la ville », dit-il. "La qualité de vie avec les trois cultures qui se rencontrent ici à Schengen est élevée". Et les actions ? «Ma mère en tient et je tiens le reste», dit-il. "Si vous voulez vous établir dans le segment premium, vous ne pouvez pas le faire sans être aux mains de la famille".

La société

PM International emploie près de 500 personnes dans le monde entier et a quatre sièges sociaux à Singapour, Schengen (L), Speyer (D) et en Floride (Etats-Unis). Le groupe est actif dans 40 pays à travers le monde. Schengen est le siège international, où se trouvent des services centraux pour tous les autres continents. Elle compte 80 employés. Environ le même nombre doit être ajouté dans un avenir prévisible dans un nouveau bâtiment à Schengen. Récemment, PM a acheté sept propriétés au Luxembourg entre Dudelange et la capitale. Avec 2 300 parrainages d'enfants, le groupe est le plus important commanditaire corporatif de World Vision dans le cadre d'initiatives caritatives.

Tagblatt
Freitag, 13 März 2020 • Nr. 62

LOKALES 23

Das Tupperware-Konzept für Gesundheit

SCHENGEN Mit Direktvertrieb zu einer Milliarde US-Dollar Umsatz

Wielke Trapp
Das Firmengebäude ist wahrscheinlich eines der meist fotografierten im Touristenort Schengen. Was die Firma darin macht, bleibt auf den ersten Blick eher nebulös. Dabei ist die PM International AG ein „Hidden Champion“. 2019 hat der Konzern, der Produkte für Gesundheit, Fitness und Schönheit herstellt und weltweit vertreibt, eine Milliarde Umsatz erzielt.

Die internationale Firmenzentrale mit Blick auf die Mosel fällt zwischen den Bäumen und Wäldchen des Dorfes auf. Viel Glas und eine funktionale Bauweise signalisieren Modernität. Der Eindruck wird sich im Innern des Gebäudes bis ins Büro von

Roll Sorg (56), dem Gründer und Inhaber, fort. Farb- und Designlinie sind genauso konsequent durchgezogen wie die Firmenslogans seit 1993.

Lange bevor sich der Trend zu dem entwickelt, was er heute ist, setzt Sorg auf die Superkräftigung von Nahrungsmitteln. Der Bedarf danach war damals im Gesundheits-, Fitness- und Beautybereich noch eine Nische. Zu Recht spricht er über diese Zeit als „visionär“.

Es ist die Zeit, als Tupperware vorschicht, dass Ernährung funktioniert. Kunden verkaufen Produkte in Eigenregie - von zu Hause aus. Sorg lernt das Konzept während des Studiums zum Wirtschaftsingenieur in Kaiserslautern und Mannheim kennen. Für den Studenten ist es ein schöner Nebenverdienst: „Ganz ohne finanzielles Risiko“, wie er sagt. „Und ich hatte viel Spaß dabei“.

Von vornherein „Premium“

Die Frage danach, ob er seine Produkte selbst anwendet, nimmt der an Öffentlichkeit gewohnte Unternehmer vorweg. Er kennt das schon und Zweifel lässt er gar nicht erst aufkommen. Natürlich nicht seine Produkte bei ihm und seiner Familie auf dem Tisch. Zumindest am Anfang. „Premium“ lange gearbeitet hat. „Es geht nicht darum, was man einnimmt, sondern dass es da kommt, wo es gebraucht wird“, sagt er. „Das ist die Zielsetzung.“

Die Wirksamkeit bestätigen laborärztliche Studien und ihre Vorzüge. Bereitwillig werden sie und Sportler weltweit auf der firmeneigenen Website dafür. PM Produkte stehen seit deren Gründung 2006 auf der „Kölber Liste“, die im Sinne der Prävention Produkte auf Dopingsubstanzen testet und die Ergebnisse veröffentlicht.

Die wissenschaftliche Seite sichern Forscher aus allen möglichen naturwissenschaftlichen Disziplinen, die im Auftrag des Konzerns an in Fach-Arztie an-sässigen „Luxembourg Institute of Science and Technology“ (LIST) arbeiten. Für Weltweit-werbung und Content-Strategie werden dort 140 Labor-Quadratmeter genutzt.

Übertragungen beiläufig wie am Anfang muss Sorg heute nicht mehr leisten. Die Produkte sind ein Selbstläu-

fer, treffen den gesundheitsbewussten Nerv der Zeit.

Schengen hat viele Vorteile

Das Unternehmen expandiert unaufhörlich. Demnach sollten Labore im „House of Biotech“, ebenfalls in Esch ansässig, hinzukommen. „Uns geht der Platz aus“, sagt Sorg. Am Standort Schengen gibt es ähnliche Pläne. Ein zweites Firmengebäude mit noch einmal rund 80 Mitarbeitern ist auf der gegenüberliegenden Seite in der Waistrooss geplant genauso wie der Bau von 25 Wohnungen für Mitarbeiter. Der Teilbesitzungsplan (PAP) ist nach Firmeneigenen genehmigt.

Sich in Schengen mit der internationalen Konzernzentrale anzuschließen, war für den gebürtigen Deutschen aus der Pfalz, der seit 1998 in Luxemburg wohnt, konsequent. „Ich schaue hier zum Fenster raus und habe Deutschland und Frankreich im Blick“, sagt Sorg. „Da wird internationales Denken einfach gemacht.“ Seine luxembourgeoische Staatsangehörigkeit vervollständigt das Bild.

„Das nicht mehr Unternehmen den Schrein gehen und sich an der Grenze auszuheilen, weg von den Steuern in Richtung Hauptstadt, kann Sorg nicht verstehen. Ich muss nicht in der Stadt sein“, sagt er. „Die Lebensqualität mit den drei Kulturen, die hier in Schengen aufeinandertrifft, ist hoch.“ Und die Aktien? „Meine Mutter hält ein paar und ich den Rest“, sagt er. „Wenn man sich im Premiumsegment etablieren will, geht das nicht ohne in Familienhand zu sein.“



Firmengründer und -inhaber Roll Sorg, im Hintergrund die Mosel