

text | foto Sarah Victoria Klapp



# BIRGIT MALLACH

46 Jahre  
Marketing und Promotionberatung  
Parfümerie Mallach

Seit über 70 Jahren besteht das Kölner Unternehmen Parfümerie Mallach. In der 3. Generation führt Andreas Mallach das Haus, zu dem 13 Filialen im Raum Köln und Bergisch Gladbach gehören. Birgit Mallach ist verantwortlich für den Bereich Marketing. Die studierte Dipl. Betriebswirtin und alleinerziehende Mutter von drei Kindern wusste schon immer, dass sie eine Aufgabe im elterlichen Unternehmen übernehmen würde. Nach einem Schulaufenthalt in der französischen Schweiz absolvierte sie ihre Ausbildung bei einem großen Parfümeriekonzern, holte das Abitur nach und studierte anschließend Betriebswirtschaft. Ihr kreatives Talent und das betriebswirtschaftliche Denken kann sie als selbständige Marketing und Promotionberaterin ideal im Unternehmen ihres Bruders einbringen.

## **Obwohl Sie immer Interesse am elterlichen Unternehmen hatten, haben Sie Ihre Ausbildung nicht dort absolviert. Warum haben Sie sich für einen anderen Betrieb entschieden?**

Für mich war es wichtig, etwas anderes zu sehen als den Betrieb meiner Eltern. Das Geschäft war für mich von Geburt an Bestandteil meines Lebens. Es ist interessant zu sehen, wie es „die Anderen“ machen und sich Anregungen zu holen. Außerdem war mir in einem Fremdunternehmen eine bessere neutrale Sichtweise möglich. Ich wollte immer gerne nach links und nach rechts schauen, um einen Weitblick zu erhalten. Die Fremderfahrungen in Kombination mit meinen eigenen Vorstellungen sind sehr förderlich in meinem Tun. Außerdem habe ich in Paris für den Kosmetikhersteller Lancôme und Jeanne Piaubert gearbeitet, um die „Pflege und Duftwelt“ aus dem Blickwinkel der Industrie sehen zu können. Darüber hinaus konnte ich meine betriebswirtschaftlichen Auslandserfahrungen bei einem Versicherungskonzern in New York sammeln.

## **Was unterscheidet die Parfümerie Mallach von anderen Unternehmen?**

Die Handschrift meiner Eltern, Gerda und Günther Mallach, die über 50 Jahre das Unternehmen geleitet haben, war stets geprägt von Teamgeist und Partnerschaft, sowohl zu den Kunden als auch gegenüber den Mitarbeitern. Stärken sollen bekanntlich traditionell fortgesetzt werden und so legen wir auch gegenwärtig ganz besonders viel Wert auf Service und Beratung. Wir möchten das Kundenvertrauen gewinnen, daher ist uns der Kontakt zum Kunden äußerst wichtig. Das spürt man an der gesamten Atmosphäre unserer Geschäfte. Das rund 90 Mitarbeiter starke Team wird daraufhin geschult. Derzeit beschäftigen wir etwa zehn Auszubildende, da Ausbildung ein wichtiger Punkt unserer Firmenphilosophie ist. Ausgebildet wird im Bereich Parfümerieeinzelhandel, womit wir einen wichtigen Baustein für die Zukunft legen.

## **Im November werden Sie sich an einer großen Abendveranstaltung in Köln beteiligen. Wie kam es dazu?**

Caba Kroll und Ralf Schäfer, die Veranstalter der Party, haben mich als PR Beraterin angesprochen. Bereits seit mehreren Jahren veranstalten sie die Party-Reihe „The Club“ im Ruhrgebiet, die meistens in großen Autohäusern stattfindet. So wird es auch hier in Köln West sein. Die Party findet im Autohaus BMW-Procar, auf der Bayerischen Allee 1 statt. Durch die weitläufigen Räumlichkeiten wird eine Großzügigkeit für die Besucher, die zur Party kommen, ermöglicht. Der Rahmen wirkt sehr angenehm und außergewöhnlich. Einer unserer Kosmetikindustriepartner wird uns während der Party begleiten. Wichtig ist jedoch der Freizeitaspekt der durch Highlights wie z. B. eine Lasershow unterstrichen wird. Unsere Mitarbeiter sind hierzu alle herzlich eingeladen, sodass sie die entspannte Partyatmosphäre genießen können. Hauptzielgruppe sind Gäste im Alter von 30 bis etwa 55 Jahren, die im exklusiven Rahmen feiern möchten. Das fehlt in Köln einfach, und wir möchten das ändern.

## **Parfümerie und Party, lässt sich das miteinander vereinen?**

Die Party findet in einem außergewöhnlichen Ambiente statt und bietet die ideale Gelegenheit, sich in gepflegter Umgebung wohl zu fühlen. Für uns ist das natürlich eine tolle Möglichkeit, unsere Kunden einmal in lockerer Atmosphäre kennen zu lernen. In einer Zeit, in der das Wort „Krise“ allgegenwärtig über uns schwebt, ist es wichtig, einmal vom Alltag abzuschalten und sich den schönen Dingen des Lebens zu widmen. Dazu bietet sich sowohl hochwertige Kosmetik mit Wellness-Charakter als auch eine Party im exklusiven Stil an. Das Motto der Party lautet „Cala Ratjada Exclusive“. Das entspannte Urlaubsfeeling der Ferieninsel Mallorca soll an diesem Abend wiederspiegelt werden. Karten für die Veranstaltung sind erhältlich in unseren Filialen Bergisch Gladbach und Lindenthal. Sie können auch in jeder andere Filiale bestellt werden. Für alle, die ihre Karte bei uns ordern, haben wir uns einen kleinen Bonus einfallen lassen: mit der Eintrittskarte gibt es gleich einen Gutschein in Höhe von fünf Euro für Getränke, so lange der Vorrat reicht.