



Spezialchemie

Durch die Integration von Organica erwartet WeylChem neue Wachstumsimpulse

Seiten 9/10



Innovation

Neuerungen bei der Forschungszulage führen zu Entlastung forschender Unternehmen

Seite 11



Gründerszene

Welche Support-Formate Bioökonomie-Start-ups brauchen, um zur Transformation beizutragen

Seite 13

Outsourcing-Lösungen mit Weitblick

Schweizer Lohnhersteller Frike vereint Tradition und Innovation

Die Frike Group ist ein traditionelles Schweizer Familienunternehmen, das 1944 von Fritz Keller gegründet wurde. Die Gruppe bietet eine vielseitige Dienstleistungspalette im Bereich der Lohnherstellung in den Sektoren Pharma, Kosmetik und Chemie an fünf Produktionsstandorten in der Schweiz an. Der Hauptsitz der Holding ist Mönchaltorf im Kanton Zürich. Zur Unternehmensgruppe gehören Frike Pharma, Frike Chemicals, Frike Cosmetics, Frike Aerosol und Glaropharm. Entwickelt und produziert wird ausschließlich für Kunden, wodurch Frike ein neutraler und unabhängiger Lohnfertiger bleibt, der keine Eigenmarken anbietet. Birgit Megges befragte André Keller, CEO der Frike Group, zu seinen strategischen Zielen und Marktbeobachtungen.

CHEMManager: Herr Keller, derzeit müssen sich Unternehmen zahlreichen wirtschaftlichen und geopolitischen Einflüssen stellen. Welche Herausforderungen stehen für Sie im Fokus, wie gehen Sie damit um?

André Keller: Die derzeit geopolitische Situation bereitet uns in unserem Umfeld natürlich Bauchschmerzen. Die Herausforderung besteht darin, relevante Informationen aus der Vielzahl von Nachrichten und Medien zu filtern. Denn nur so lässt sich erkennen, was für die eigenen Unternehmensziele wichtig ist. Agieren steht hier vor Reagieren. Wichtig für uns waren und sind an der Stelle die Absichten, die Lieferketten aufrecht zu erhalten und die Energiekosten im Fokus zu haben, um die Produktionen und Aufträge unserer Kunden weiterhin mit dem an uns selbst geforderten Standard durchführen zu können.

Auch der Wettbewerbsdruck im Markt für Lohnhersteller ist groß. Wie würden Sie Ihre Überlebensstrategie beschreiben?

A. Keller: Mit unseren Kunden haben wir Partnerschaften aufgebaut und arbeiten an diesen, um immer wieder Neuprojekte zu starten. Gerade als Lohnhersteller muss man sich im Angebot differenzieren. Dies bedeutet, den Kunden von Beginn des



ZUR PERSON

André Keller leitet seit 43 Jahren die Frike Group in zweiter Generation. Der gelernte Chemielaborant legte im Unternehmen zunächst den Fokus auf technische Aspekte und ließ eine kaufmännische Ausbildung folgen. Keller wurde sehr früh mit in die Verantwortung gezogen und hat zu Beginn Führungsaufgaben im technischen Bereich übernommen. Parallel forcierte er seine Management-Weiterbildung, so dass er die Führung des Unternehmens bereits in jungen Jahren übernehmen konnte.

duktion in den europäischen Raum und der sich daraus ergebenden Marktnähe, wird das Outsourcing immer häufiger in Erwägung gezogen. Lieferketten werden dadurch verkürzt und potenzielle Markteintrittsmöglichkeiten können realisiert werden.

Sie betreuen nationale und internationale Kunden. Erwägen Sie langfristig den Zukauf oder die Erschließung von Standorten außerhalb der Schweiz?

A. Keller: Wir sind hier immer an Opportunitäten interessiert und haben uns diese in der Vergangenheit angesehen. Unser Fokus ist definitiv auf weites Wachstum gerichtet, sei es durch organisches oder anorganisches Wachstum.

www.frike-group.com



André Keller, CEO, Frike Group

zieren und den Kunden einen Mehrwert anbieten zu können.

Sie leiten die Frike Group seit mehr als 30 Jahren in zweiter Generation. Können Sie die Kernkompetenzen der Gruppe kurz zusammenfassen?

A. Keller: Wir sehen uns als spezialisierter Partner für Outsourcing-Lösungen für individuelle Anforderungen. Als unabhängiges und finanziell gesundes Familienunternehmen mit einem unternehmerischen Spirit haben wir den Vorteil, dass Entscheidungen schnell getroffen und umgesetzt werden können. Damit bieten wir unseren Partnern eine hohe Flexibilität und Zuverlässigkeit in den Lieferungen. Um zusammen mit unseren Kunden zu wachsen, sind wir auch bereit, Investitionen in Maschinen, Technologien und

Partnern auf neue Anforderungen rechtzeitig reagieren zu können, zum Beispiel mit notwendigen Rezeptänderungen oder durch Änderung von Rohstoffen aufgrund von regulatorischen Anforderungen. Mit diesem Setup können wir den Kunden von Anfang des Projekts begleiten. Beginnend mit der Entwicklung und Input unseres Knowhows in der Galenik, der Herstellung von kleinen Mengen für klinische Studien, dem Upscaling in die Produktion und am Ende die Überführung in den kommerziellen Prozess.

Die Anforderungen im Pharmaumfeld sind besonders hoch. Wie können Sie hier Ihre Kunden bei Projekten unterstützen?

A. Keller: Wir haben uns durch unser Vorgehen sehr viel Expertise bezüg-

Wir sehen weiterhin sehr gute Möglichkeiten für CDMO-Services.

Kapazitäten zu tätigen. Die notwendigen Zertifizierungen beziehungsweise Zulassungen wie zum Beispiel Swiss Medic GMP, FDA, ECO Swiss, ISO 9001/22716 und SOP-Standards sind vorhanden.

Wie entwickeln Sie Ihr Angebot weiter, um den Kundenbedürfnissen weiterhin gerecht zu werden?

A. Keller: Hierzu haben wir eine Entwicklungsabteilung etabliert, um frühzeitig zusammen mit unseren

lich der Anforderungen gemäß GMP erarbeitet und besonders ein spezielles Projekttool aufgebaut. Zusammen mit definierten Zuständigkeiten sind schnelle Transfers zur Frike Group möglich.

Wie schätzen Sie die Entwicklung der Inanspruchnahme von Outsourcing-Dienstleistungen für die nächsten Jahre in Europa beziehungsweise weltweit ein? Sehen Sie dabei Unterschiede in einzelnen Produktbereichen?

Gerade als Lohnhersteller muss man sich im Angebot differenzieren.

Projekts begleiten zu können. Parallel gibt es aus regulatorischer Sicht immer wieder neue Anforderungen und hier ist es wichtig, rechtzeitig

die Brazilian Health Regulatory Agency Anvisa, Saudi-Arabien oder auch Korea. Diese helfen uns aber auch, um uns im Markt zu differen-

Advertisement for CHT (Smart Chemistry with Character) celebrating 70 years. It features a graphic with '70 YEARS | CHT SMART CHEMISTRY WITH CHARACTER' and 'Social', 'Economy' icons. The main headline is 'MIT VERANTWORTUNG IN DIE ZUKUNFT' and 'PRODUKTE UND LÖSUNGEN FÜR NACHHALTIGEN ERFOLG'. The text describes their strategy for 2025 based on UN Sustainable Development Goals and their commitment to smart chemistry with character. Contact information: Mehr über uns unter www.cht.com