



PRESSEINFORMATION

Ein Duftpionier und eine außergewöhnliche Familie – 100 Jahre drom

Baierbrunn, 25. Oktober 2011 – **„Großartig ist die Freude, die man empfindet, wenn man einen ganz besonderen Duft kreiert hat.“ Dies schrieb Bruno Storp Sr., der vor 100 Jahren drom fragrances gegründet hat. Zwei Generationen später und unter der Regie seiner Enkel Dr. Andreas und Dr. Ferdinand Storp ist drom noch immer in Familienbesitz und wird von denselben Prinzipien geleitet – Passion, Lebensfreude und kreative Freiheit. Und doch hat sich einiges verändert. Aus einem lokalen Anbieter spezieller Parfümerieprodukte entwickelte sich drom zu einem Global Player mit Tochtergesellschaften weltweit. Eine Leistung, die aus einer künstlerischen Vision und dem ausgeprägten Pionier- und Unternehmergeist der Familie Storp entstanden ist.**

Den Grundstein zu dieser langen Unternehmensgeschichte legt Bruno Storp Sr., als er 1911 in München seine Firma „Bruno Storp – chem.-pharm.-cosmet.-Erzeugnisse“ gründet. Kein überraschender Schritt, denn aus seiner Familie gingen auf beiden Seiten immer wieder große Unternehmer und namhafte Künstler hervor. Dazu gehörte auch der Maler Carl von Marr, dessen Bilder zahlreiche Goldmedaillen erhielten, wie 1893 auf der Weltausstellung in Chicago.

Der Großvater sei ein junger Apotheker gewesen, der eigentlich Opernsänger werden und als Künstler arbeiten wollte, erzählen die Brüder, die heute in dritter Generation für drom verantwortlich sind. Weil aber seine Familie gegen seine musische Begabung opponiert, zieht es Bruno Storp Sr. in die kunstbegeisterte Stadt München; hier nutzt er sein kreatives Talent und entwickelt in seinem noch jungen Unternehmen innovative Duft- und Haarwasser und ein Seifenprodukt, das später als „Storp Schwimmseife,“ berühmt wird.



PRESSEINFORMATION

1921 holt er sich Dr. O. Martens in die Firma – so entsteht der Name DR.O.M., der von Anfang an für die Kosmetik steht. Einige Jahre später begegnet Bruno Storp Sr. dem Parfümeur Dr. Clemente – hier kommt es zum Wendepunkt in der Geschichte des Unternehmens! Bruno Storp Sr. ist fasziniert von der Kunst, Düfte zu kreieren und verbindet fortan seine künstlerische Begeisterung mit seinem unternehmerischen Talent. drom entwickelt Düfte und feine Parfüms und eröffnet 1935 eine kleine Parfümerie in München. Dort verkauft Bruno Storp Sr. seine exklusiven eigenen Kreationen. Als Queen Elisabeth Kundin wird, ist der Erfolg nicht mehr aufzuhalten. Die „Parfüm Boutique“ zieht 1955 in die Residenzstraße um. Hier reißen sich edle Modehäuser aneinander, hier entstehen Trends. In den folgenden Jahrzehnten entwickelt sich drom zu einem international agierenden Unternehmen, das heute weltweit anerkannte Parfümeure anzieht, die hier ihre außergewöhnlichen und erfolgreichen Düfte kreieren.

drom unternimmt erste internationale Aktivitäten 1931 in England. 1946 steigt der Sohn Bruno Storp in das Unternehmen ein und hilft beim Wiederaufbau. Ab 1948 dreht sich bei drom alles um die Abfüllung, Verpackung und Logistik. Die Produktion wird modernisiert und Stahl hält Einzug, ersetzt das bisher genutzte Glas. Eine tolle Vereinfachung sowohl für die Herstellung, als auch für den Transport. 1956 exportiert drom in die Schweiz, nach Österreich, Frankreich und Skandinavien und erfindet 1970 eine neue Abfülltechnik, die erste, die die Gravitation nutzt. Ein wegweisender Schritt, der die Fertigung in dieser Industrie revolutioniert. drom interessiert sich für die Produktion natürlicher Rohstoffe und forscht bis heute intensiv an ihrer Entwicklung. Vor einigen Jahren patentiert drom seine absolut sorten- und naturreinen pureganic® Öle.

1977 wird eine Produktions- und Vertriebsniederlassung in den USA gegründet – der erste Schritt außerhalb Europas – und 2005 eröffnet drom in New York sein „Fine Fragrance Studio“ im angesagten Stadtteil Tribeca. In den 1980er Jahren entstehen drom Asia/Australia und drom Japan. 1992 erobert das Unternehmen auch das Zentrum der Duftbranche mit seiner



PRESSEINFORMATION

Niederlassung in Paris und kreiert ab sofort Düfte für namhafte Unternehmen und Prestigemarken. „Wir sind heute in 43 Ländern vertreten und haben Produktionskapazitäten weltweit“, erzählt Andreas Storp.

Mit großer Leidenschaft hat er selbst das Werk in Guangzhou, China, seit 2004 aufgebaut und damit einen wichtigen Meilenstein zur Gestaltung einer erfolgreichen Zukunft für drom gelegt. „China wird unser Leben und das unserer Kinder und Kindeskinde stark beeinflussen. Das Land erlebt eine faszinierende Entwicklung.“ Guangzhou war schon vor Jahrtausenden ein großes Handelszentrum – hier an der Seidenstraße trafen sich alle Nationalitäten, Europäer, Afrikaner, die Menschen aus dem Mittleren Osten. Andreas Storp: „Heute werden Imageprodukte und deutsche Präzisionsarbeit hoch geschätzt, Produkte mit guter Preis-Leistung. Designed in Germany – produced in China, das kommt gut an.“ Begonnen hat drom in Guangzhou mit Parfümeuren aus Frankreich, die das internationale Know-how mit den Kollegen vor Ort geteilt haben. „So bringen wir westliche Technologie und unser Wissen mit den asiatischen Präferenzen und Vorlieben zusammen.“

Auch in Brasilien hatte drom vor einigen Jahren einen „guten Riecher“, hat dort 2007 ein Werk übernommen und nach seinen Anforderungen umgestaltet. „Die Menschen in Brasilien und Südamerika sind verrückt nach Düften und Beauty-Produkten. Dies zeigt sich an der Anzahl an Schönheitsoperationen“, so Ferdinand Storp. Obwohl drom bereits vor 80 Jahren unter der Regie des Großvaters mit internationaler Expansion begonnen hatte, wäre dieser schon überrascht, wo drom nach 100 Jahren steht. Andreas Storp: „Auch er war international sehr interessiert; bereits in den 1920er Jahren reiste er zweimal in die USA, damals extrem beschwerlich. Die Zeiten waren schwierig und er konnte noch keine Geschäfte aufbauen. Unser Vater hat dann droms Internationalisierung vorangebracht. Heute ist das Unternehmen ein Global Player und beschäftigt 370 Mitarbeiter weltweit.“ Andreas Storp denkt bereits über ein nächstes Projekt nach: „Indien ist ein wichtiger Markt, die Menschen lieben Düfte und



PRESSEINFORMATION

Kosmetik. – Bei aller Expansion in neue Märkte möchten wir aber so klein wie möglich bleiben. Kleine Einheiten, flexibel, überschaubar und angriffslustig. Für drom suchen wir Pioniere und Querdenker, wir wollen auch in Zukunft in kreative Menschen investieren.“

Zugleich macht sich Ferdinand Storp Gedanken über moderne IT, in seinen Augen geht es dabei um kluges und sinnvolles Informationsmanagement: „Wenn wir unsere Mitarbeiter weltweit vernetzen möchten, müssen wir dafür sorgen, dass diese intelligent miteinander kommunizieren und arbeiten können. In den letzten Jahren haben wir viel in audiovisuelle Konferenzsysteme investiert, derzeit führen wir eine hochmoderne IT-Plattform ein, um die mobile und internationale Vernetzung unserer Daten noch weiter zu verbessern. Auch in der IT ist unser Pioniergeist gefragt, hier muss man sich immer wieder neu erfinden.“

Das 100. Jahr, das beste aller Zeiten

„Das klassische Geschäft in neuen Märkten hat zu unserem Erfolg beigetragen. Es sind faszinierende Menschen zu drom gekommen, wir sind international stark aufgestellt. Und auch in Paris und New York sehen wir für drom ausgezeichnete Chancen“, ist Ferdinand Storp überzeugt. „drom ist wie ein dynamisches Start-up voller Pioniergeist. Wir erobern laufend neue Märkte, starten inspirierende Projekte und erleben so eine ständige Erneuerung.“ Zugleich bleibt drom sich treu. „Es ist uns wichtig, unsere DNA zu erhalten – sowohl im Geschäft als auch im eigenen Leben. In einem Familienunternehmen sollte die Identität nicht verloren gehen.“ Bei drom heißt das seit 100 Jahren, kreativ zu arbeiten, offen zu sein für Länder, Kulturen und Menschen und immer wieder begeistert Ideen aufzugreifen, die ihrer Zeit voraus sind. „Wir haben uns nicht aus der Chemieindustrie entwickelt und unsere Wurzeln liegen nicht in Frankreich als Duftstoff-Hersteller. drom ist wirklich das einzige Unternehmen in der Duftbranche, das



PRESSEINFORMATION

aus der Vision, dem Talent und der Kreativität eines Pharmazeuten entstanden ist.“

8 039 Zeichen

Fotos

Erstes drom Logo in den 1920er Jahren



Frühes Werbemotiv der STORP Parfums





PRESSEINFORMATION

Erstes Firmengebäude in München „Bruno Storp“



Historische Produktion und Labor „Bruno Storp“



Dr. Bruno Storp





PRESSEINFORMATION

Dr. Ferdinand Storp, Inhaber und Geschäftsführer
von drom fragrances GmbH & Co. KG



Dr. Andreas Storp, Inhaber und Geschäftsführer
von drom fragrances GmbH & Co. KG



Dieses und weiteres Material können Sie unter
info@p-co-com.de bestellen oder unter
www.pco-communications.de/download
herunterladen.

Kontakt:

drom fragrances GmbH & Co. KG
nina losch
oberdiller str. 18
82065 baierbrunn
germany
phone + 49 89 74425 324
fax + 49 89 74425 411
nza@drom.com
www.drom.com

p.co communications
petra reppert
potsdamer str. 5
80802 münchen
germany
phone + 49 89 990197 0
fax + 49 89 990197 29
petra.reppert@p-co-com.de
www.pco-communications.de



PRESSEINFORMATION

drom fragrances

Außergewöhnliche Düfte zu entwickeln und diese erlebbar zu machen ist das erklärte Ziel von drom. Mit Kreativcentern in Europa, USA, Brasilien und China und einer hochmodernen, globalen Organisation betreut das Unternehmen führende Markenhersteller auf der ganzen Welt. drom fragrances hat seine innovative Leidenschaft in der Firmenphilosophie verankert und erzielt mit zukunftsweisenden Kreationen immer wieder neue Erfolge.

So gelang es drom, absolut sorten- und naturreine Öle zu entwickeln und als pureganic[®] zu patentieren. Deutlich wahrnehmbar differenzieren sich diese olfaktorisch von konventionellen Aromaölen und entsprechen damit dem aktuellen Trend zu Naturkosmetik. Getreu dem Motto "be different!" präsentieren sich auch das New Yorker 'Fine Fragrance Studio' und der hohe Anteil Kreativer bei drom. Über alle Kulturgrenzen hinweg ist drom weltweit vernetzt und verwendet modernste Kommunikationstechnologien. Diese und viele andere Parameter machen drom zu einem innovativen Partner – kreativ, schnell und beweglich. drom wird als Familienunternehmen in dritter Generation von den Brüdern Dr. Andreas und Dr. Ferdinand Storp geführt. Mit rund 100 Millionen US-Dollar Umsatz und 350 Mitarbeitern ist drom weltweit einer der Top Ten Hersteller von Duftstoffen. Für etwa 400 Kunden, die überall auf der Welt zu Hause sind, entwickeln droms Parfümeure im Schnitt mehr als 100 Düfte pro Tag. Neben Fine Fragrance (Feinparfümerie) kreiert drom auch Düfte für die Bereiche Cosmetics & Toiletries, Hair und Home Care, aber auch für Zukunftssegmente wie Multimedia & Entertainment. Hightech-Produktionswerke in Europa, USA, China und Brasilien, sowie Repräsentanzen und Tochtergesellschaften auf allen relevanten Kontinenten sorgen für Kundennähe und eine jährliche Produktionskapazität von rund 35 000 Tonnen. Durch einheitliche Produktionsstandards stellt drom seinen hohen Qualitätsanspruch weltweit sicher.