

Eduard Gerlach GmbH

Seine Produkte sind heute in jeder Apotheke zu finden: Vor 150 Jahren hatte Firmengründer Eduard Gerlach der Ältere die geniale Idee, den Leuten auf die Füße zu schauen. Es entstand die erste **Fußpflegecreme** von GEHWOL.

Fußpflegeprodukte gab es nicht in der damaligen Zeit: Geschundene Füße assoziierte man mit der hart arbeitenden Landbevölkerung und die waren als Zielgruppe für Körperpflegeprodukte weniger interessant. Doch der junge Geschäftsmann aus Lübecke, der den Kolonialwarenladen seiner Familie übernommen hatte, besaß eine gute Beobachtungsgabe und ein außerordentliches Feingefühl. Das ausgehende 19. Jahrhundert war geprägt von einer hohen Mobilität nicht nur der Landbevölkerung, sondern auch der arbeitssuchenden Städter – und so hatten Bauern, Fabrikarbeiter, Soldaten und Hausfrauen dasselbe Problem: wundere Füße.

Ein Fußbad aus Pottasche Eduard Gerlach wusste, dass die Bauern der Umgebung ihre Fußbeschwerden durch warme Bäder in einer Lösung von Holzasche („Pottasche“) zu lindern versuchten. Die durch lange Märsche malträtierten Füße wurden dadurch wieder weich und elastisch, Rhagaden und kleinere Wunden heilten ab. Gerlach überlegte, dass mit einer leicht anwendbaren Salbe derselbe Effekt erzielt werden könnte. Es gelang ihm, eine passende Grundlage zu schaffen: Eine aus ungesättigten Ölen bereitete Spezialeife wurde mit geeigneten Fettstoffen und desinfizierenden ätherischen Ölen ver-



bunden. 1882 kam „E. Gerlach's Präservativ Cream“ auf den Markt. Der Packungsaufdruck versprach „Sicheren Schutz gegen Brennen, Wund und Durchgehen der Füße, Hautreiz, Wolfgehen, Durchreiten, Schweissfuss und dessen Folgen, Insectenstich, Hühneraugen- und Zehenschmerzen sowie Geschirr- und Satteldruck bei Pferden.“ Wer es „Messerrücken dick“ auflegte, dem versprach die Salbe eine „Abhärtende Wirkung“. Die Rezeptur fand schnell einen reißenden Absatz, auch im Ausland, und war einer der Erfolgsartikel im Hause Gerlach, das

darüber hinaus auch Medizinalweine, Magentropfen und Waschpulver anbot. Der geschäftstüchtige Firmengründer hatte nämlich 1881 die Erlaubnis zum „Gifthandel“ erhalten, was ihm erlaubte, eine Art Apotheke zu betreiben, bunt gemischt mit Produkten für den täglichen Bedarf: „Die Aufbewahrung der gewöhnlichen Verkaufsgegenstände (Kolonialwaren... Zuckerwaren) sowie der vorrätig gehaltenen gewöhnlichen Drogen, Chemikalien usw. geschieht theils auf Repositorien mit Schubfächern und Borten, theils in Schränken, die sämtliche Wände bekleiden“

berichtet die Firmenchronik über diese Zeit.

„Fußkrem“ ist Verkaufssrenner

Eine kluge Geschäftspolitik setzte jedoch auf die pharmazeutische Richtung: Schon 1910 meldete der Sohn Gerlachs – er hieß ebenfalls Eduard – die Marke GEHWOL an, und der Verkaufssrenner wurde in „Gehwol Fusskrem 1911“ umbenannt. Bei Gerlach bekam man auch Lebertran, ein beliebtes Stärkungsmittel der damaligen Zeit, Tabak (galt damals als Medizin), und später auch „Goldgeist“ gegen Kopfläuse, anfangs noch mit anderer Zusammensetzung und bis heute ein Evergreen. Der Sohn blieb der Vision seines Vaters treu: Nämlich den Fuß und seine Probleme in den Fokus zu rücken und dabei Fußpflege für jeden erschwinglich zu machen. Dieses Credo zieht sich wie ein roter Faden

nun alles aus einer Hand. 80 Menschen im Innen- und Außendienst sorgen heute dafür, dass der Fachhandel-Zweig reibungslos funktioniert.

Fußpflege wird erschwinglich

Doch immer hatte der Fußpflegespezialist – der heute von Jobst-Peter Gerlach-v. Waldthausen und seinem Sohn Timor Gerlach-v. Waldthausen geführt wird – die breite Bevölkerung im Blick, die ihre Füße zuhause mit erschwinglichen, hochwertigen Produkten pflegen wollte. Die Cremes, Salben, Tinkturen und anderen Pflegemittel sind deshalb ausschließlich im Fachhandel erhältlich, zu der auch die Apotheke gehört. Und immer wieder zeigen sich die Entwickler bei Gerlach offen für Innovationen: Zum Beispiel bei der Einführung von Deozinc[®], einem desodorierenden und geruchsbindenden Zusatz, oder Well-



den Markt kommen, die einen Nutzen haben und den eigenen, strengen Qualitätskontrollen entsprechen“, formuliert es die Unternehmensleitung. Hinzu kommen die internationalen Märkte – Gerlach beliefert inzwischen über 50 Länder.

Firmengründer war wegweisend

Ob sich Eduard Gerlach sen. eine solche Erfolgsgeschichte erträumt hat? Er bewies unternehmerisches Gespür, als er im Jahre 1898 einen Fernmeldeanschluss für das Geschäftshaus

Eduard Gerlach „erfand“ eine Fußcreme für das Volk. Das erste Gehwol-Produkt wird zum Verkaufssrenner.

durch die Firmengeschichte. Gerlach ist bis heute in Familienhand. Das Unternehmen sollte sich zum führenden Komplettanbieter in der Fußpflege entwickeln.

Und das erreichte es durch eine sinnreiche Verlinkung: Gerlach setzte auf den Fachhandel. Das betraf nicht nur Apotheken, sondern vor allem auch Fußpflege- und Kosmetikinstitute, Orthopädie-Schuhmachermeister und später dann auch Podologie-Praxen. Fußpfleger brauchten nicht nur gute, ihren Bedürfnissen angepasste Produkte, sondern auch Handwerkszeug. Die Firma Gerlach bot ihren Kunden Fräser- und Instrumentensets an, die sie bei Bedarf auch wieder reparierte. 1961 kam mit GEHWOL Fusskraft die erste eigenständige Marke auf den Markt, die exklusiv für die professionelle Fußpflege entwickelt wurde – „Alles für das Wohl der Füße“ gab es

ness-Produkten wie dem GEHWOL Softening-Balsam mit modernen Inhaltsstoffen wie Hyaluronsäure, Milch und Honig. Eine neu entwickelte Spezialpflege für empfindliche Haut bietet Menschen mit Neurodermitis eine Pflegeoption, deren Inhaltsstoff MicroSilver BGTM Juckreiz lindert und vor Hautinfektionen schützt. Die neuste Entwicklung des Fußpflege-Pioniers ist der im Juni eingeführte GEHWOL med Express Pflege-Schaum, eine nicht fettende Schaum-Textur mit 4fach HYDRO-Komplex. Der Komplex kombiniert feuchtigkeitsspendenden Moorpflanzenextrakt und Nachtkerzenöl mit Urea und Avocadoöl für die schnelle Feuchtigkeitspflege bei normaler bis trockener Haut. Im ostwestfälischen Lübbecke, der Kleinstadt, von der alles ausging, sorgen heute 160 Mitarbeiter dafür, „dass nur Produkte auf

in Lübbecke beantragte. Seine Mitbürger mögen ihn für überspannt gehalten haben, denn es gab erst 13 Anschlüsse – Gerlach erhielt die Rufnummer 3. Dann, 1912 erhielt das Haus auch einen Stromanschluss und ein Jahr später erwarb der Chef für 20 Mark sogar den Führerschein – damit er seine Waren ausfahren konnte. Sein unbeirrtes Festhalten an der Idee, als Pionier der modernen Fußpflege aufzutreten, machte die Marke dauerhaft; das Festhalten an hohen Qualitätsnormen tat ihr Übriges. Der Stolz auf die Vergangenheit kommt auch heute auf einem Werbeplakat der Firma zum Ausdruck: Eine junge Frau lächelt den Betrachter an: „Schon meine Großmutter stand auf GEHWOL“. ■

Alexandra Regner,
PTA und Journalistin