



Shampoos, Cremes & Co.: Eigenmarken von Drogeriemärkten und Discountern unter die Lupe genommen



Download



Online Lesen

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Downloaden und kostenlos lesen Shampoos, Cremes & Co.: Eigenmarken von Drogeriemärkten und Discountern unter die Lupe genommen Alexandra Heil

140 Seiten

Kurzbeschreibung

Die Markendetektivin bei Aldi, dm, Rossmann & Co. Wer sich in der Drogerie z. B. eine Hautcreme kaufen möchte, ist schnell überfordert von dem unübersichtlichen Angebot: Unzählige Produkte des gleichen Typs mit nahezu identischer Wirkungsweise und Anwendungsempfehlung lassen die Regale überquellen.

Unterschiede gibt es lediglich beim Hersteller, bei der Verpackung und im Preis. Das günstige No-Name-Produkt ist häufig genauso gut wie das teure Markenprodukt. Anhand der Inhaltsstoffe werden die Haut- und Gesundheitsverträglichkeit sowie die Wirksamkeit der Produkte bewertet und in einem Qualitätsurteil zusammengefasst. Damit man sich immer gut pflegen kann. Über den Autor und weitere Mitwirkende Alexandra Heil ist seit mehr als 15 Jahren als Journalistin und Redakteurin tätig, u.a. für die Douglas Holding GmbH mit den Schwerpunkten pflegende und dekorative Kosmetik sowie für Procter & Gamble und L'Oréal. In ihrer Spezialisierung als Beauty- Journalistin schreibt sie heute für namhafte Zeitschriften und Frauenmagazine. Leseprobe. Abdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Rechteinhaber. Alle Rechte vorbehalten.

Vorwort Kosmetik - wir alle benutzen sie. Gesichtscreme, Körperlotion, Shampoo, Deodorant - kaum jemand kommt heute noch ganz ohne aus. Dabei greifen immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher lieber zur Drogerie-Eigenmarke als zum deutlich teureren Markenprodukt. Aus Überzeugung? Nein, eher aus Gründen der Sparsamkeit.

Drogerie-Eigenmarken oder Kosmetik-No-Names sind bis zu 60 Prozent günstiger als vergleichbare Markenware. Und wer die Werbeaussage zweier Produkte miteinander vergleicht, stellt schnell fest: Sie bieten offenbar auch dasselbe Wirkungsspektrum. Bei vergleichbarer Qualität?

Eben da zweifelt der Verbraucher. Zwar soll die auf jeder Produktverpackung angegebene INCI Auskunft über die enthaltenen Inhaltsstoffe geben, aber wer steigt da schon durch?

Auch ein Blick auf den Hersteller bietet wenig Informatives. Da tauchen unbekannte Namen wie Bellmira Cosmetic, Emil Kiessling oder Luhns GmbH auf, oder der Verbraucher wird mit der Angabe des Drogistennamens anstelle des tatsächlichen Herstellers vollkommen im Dunkeln gelassen. Letzteres bringt den interessierten und aufmerksamem Konsumenten erst recht ins Grübeln, denn es ist offensichtlich, dass die Drogisten DM, Rossmann, Ihr Platz und Schlecker nicht selbst produzieren sondern externe Hersteller mit der Produktion ihrer Eigenmarken beauftragen. Welche Hersteller das sind, ist Betriebsgeheimnis und wird um keinen Preis bekannt gegeben. Warum nicht?

Bei den Herstellern der Drogerie-Eigenmarken handelt es sich überwiegend um dem Verbraucher weitestgehend unbekannte Lohnhersteller, die die Produkte im Auftrag der Drogisten anfertigen. Diese Lohnhersteller werden nicht namentlich auf den Produktverpackungen angeführt, damit der Verbraucher mit dem Produkt nicht den Namen des Lohnherstellers, sondern den Namen der Drogerie verbindet und so ein Handelsmarkenbewusstsein beim Konsumenten geschaffen werden kann.

Und wie steht es um die Qualität dieser No-Names, Drogerie-Eigenmarken und Handelsmarken? Diese Frage zu beantworten, ist Inhalt dieses Buchs. Dabei werden Sie hier kein allgemein gültiges Urteil über die Qualität von Drogerie-No-Names und -Eigenmarken, sondern vielmehr eine Produktanalyse hinsichtlich der Haut- und Gesundheitsverträglichkeit einiger Produkte und ihrer zu erwartenden Wirksamkeit finden. Basis der Qualitätsbeurteilung ist eine Analyse der enthaltenen Inhaltsstoffe gemäß der INCI des jeweiligen Produkts. Unter die Lupe genommen werden dabei Drogerie-Eigenmarken, No-Names und Handelsmarken von Hautpflegemitteln, Haarpflegemitteln und Deodorants, die ständig im Sortiment sind.

Ich bin sicher, Sie werden das eine oder andere überraschende Ergebnis über die Qualität einzelner Produkte erfahren, denn mir erging es nicht anders.

Viel Vergnügen!

Alexandra Heil Vorwort

Spurensuche - wer macht was?

Auch Kosmetik-No-Names haben einen Hersteller - leider weiß kaum jemand, wer das ist. Ganz gleich, ob man sich gegenüber dem Drogisten als argloser Verbraucher, als hartnäckiger Journalist oder als branchenvertrauter Außendienstler ausgibt - man bekommt keine konkreten Angaben zu den Herstellern von günstiger No-Name- oder Eigenmarken-Ware. So bleibt einem nicht viel mehr, als sich mit der einzig wahren und bekannten Information zufriedenzugeben: dass nämlich die meisten Billigprodukte aus der Hand von dem Verbraucher weitestgehend unbekanntem Lohnherstellern kommen. No-Name - No-Hersteller? No-Name-Produkte (Produkte ohne Marke) sind Produkte ohne erkennbaren Markennamen. In Deutschland kamen No-Name-Produkte zuerst im Lebensmittelhandel auf und wurden bald durch die so genannten Handelsmarken ersetzt, die eine Zuordnung zur jeweiligen Handelskette erlauben. Wer als Produzent dahinter steckt, ist für den Verbraucher auf den ersten Blick nicht zu erkennen.

Auf dem Kosmetiksektor verhält es sich kaum anders. Neben den bekannten Markenprodukten bietet sich dem Konsumenten eine Fülle unscheinbarer No-Names, die größtenteils als Drogerie-Eigenmarken bekannt sind: Produkte, die durch ihre meistens betont schlichte, zum Teil sogar billig wirkende Verpackung und den vergleichsweise günstigen Preis sofort als solche zu erkennen sind.

Jede Drogerie-Kette verfügt mittlerweile über mindestens eine Kosmetik-Eigenmarke, unter der kosmetische Produkte mit einer ähnlichen Werbeaussage wie die der Markenprodukte angeboten werden. Cremes für sensible Haut, Shampoos für coloriertes Haar, Körperlotions für trockene Haut - für jedes Problem scheint es ein passendes Produkt zu geben, und zwar sowohl ein Marken- als auch ein No-Name-Produkt. Wie die Qualität des günstigeren Produkts zu beurteilen ist, teilweise auch im Vergleich mit einem Markenprodukt, wird in diesem Ratgeber aufgezeigt. Kosmetik-No-Names - wer steckt dahinter?

Wer wissen möchte, welche Hersteller hinter den Kosmetik-No-Names stecken, stößt schnell an die Grenzen seiner Recherche. Auf den Verpackungen steht »Hergestellt für« plus Adresse des Drogisten, vereinzelt tauchen auch Firmen auf, die dem Verbraucher überhaupt nichts sagen. Das ist Methode, denn dem Drogisten ist sehr daran gelegen, die Identität der Hersteller seiner Produkte geheim zu halten.

Kommuniziert werden soll lediglich die Zusammengehörigkeit von Produkt und Drogerie, damit der Verbraucher assoziiert: Dieses Produkt bekomme ich nur in »meiner« Drogerie.

Denn wer nachforscht, kommt bald zu einem recht verwirrenden Ergebnis: Anders als in der Lebensmittelbranche stecken hinter den Kosmetik-No-Names nicht fast ausschließlich Markenhersteller, sondern in sehr vielen Fällen dem Verbraucher weitestgehend unbekanntem Lohnhersteller. Und nicht nur das: Kaum eine Kosmetiklinie einer Drogerie-Eigenmarke kommt komplett aus der Hand eines Lohnherstellers, in fast allen Fällen stecken hinter einer Linie zwei, vier oder mehrere Produzenten. Der eine produziert die Gesichtspflege, der andere die Körperpflege, der Dritte die so genannten Aerosole, also Haarsprays, Schaumfestiger und Deodorants. Trotz ihrer unterschiedlichen Herkunft werden diese Produkte unter ein und demselben Markennamen verkauft, nämlich unter dem Eigenmarkennamen der jeweiligen Drogerie.

Vor diesem Hintergrund ist es fast verständlich, dass die Drogisten die Herkunft ihrer Handelsmarken unter Verschluss halten, denn man stelle sich einmal die Verwirrung vor, die entstünde, wenn jeder Lohnhersteller auf der entsprechenden Produktverpackung namentlich angeführt würde. Eine Zusammengehörigkeit der Produkte zu einer Produktlinie herzustellen, wäre quasi unmöglich, ein Handelsmarkenbewusstsein beim Verbraucher zu schaffen, nahezu ausgeschlossen. Was sind Lohnhersteller?

Lohnhersteller sind Unternehmen, die im Auftrag ihres Kunden Produkte herstellen, abfüllen und fast immer auch konfektionieren, also verpacken. Lohnhersteller arbeiten sowohl nach vorgegebenen als auch nach eigenen Rezepturen und bieten fast immer auch die Herstellung der Rohstoffe, der so genannten Bulkware, an.

Einige wenige Lohnhersteller geben einen Teil ihrer Kunden bekannt, so zum Beispiel das Unternehmen DREI-TURM GmbH in Steinau, das unter anderem für die Marken frei® und Biomaris produziert.

Die Reichardt International AG ist nach eigenen Angaben ein »durch Produktions-Outsourcing der Firma Goldwell GmbH, Darmstadt, entstandenes Unternehmen, welches sich auf das Herstellen und Abfüllen von kosmetischen und haarpflegenden Produkten spezialisiert hat.« Reichardt International produziert außerdem

für Beiersdorf, Henkel, Wella, Guhl und L'Oréal, übernimmt aber nach eigener Auskunft »nicht das gesamte Sortiment an kosmetischen und haarpflegenden Produkten, sondern nur Teile davon«. Der Rest kommt daher entweder von den Unternehmen selbst, oder von anderen Lohnherstellern, deren Namen streng unter Verschluss gehalten werden. No-Name - No-Quality?

Anzunehmen, die Geheimhaltung der Drogeristen hinsichtlich der Hersteller ihrer Eigenmarken weise auf...
Download and Read Online Shampoos, Cremes & Co.: Eigenmarken von Drogeriemärkten und Discountern unter die Lupe genommen Alexandra Heil #GF4MKO5A1XZ

Lesen Sie Shampoos, Cremes & Co.: Eigenmarken von Drogeriemärkten und Discountern unter die Lupe genommen von Alexandra Heil für online ebookShampoos, Cremes & Co.: Eigenmarken von Drogeriemärkten und Discountern unter die Lupe genommen von Alexandra Heil Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Shampoos, Cremes & Co.: Eigenmarken von Drogeriemärkten und Discountern unter die Lupe genommen von Alexandra Heil Bücher online zu lesen. Online Shampoos, Cremes & Co.: Eigenmarken von Drogeriemärkten und Discountern unter die Lupe genommen von Alexandra Heil ebook PDF herunterladenShampoos, Cremes & Co.: Eigenmarken von Drogeriemärkten und Discountern unter die Lupe genommen von Alexandra Heil DocShampoos, Cremes & Co.: Eigenmarken von Drogeriemärkten und Discountern unter die Lupe genommen von Alexandra Heil MobipocketShampoos, Cremes & Co.: Eigenmarken von Drogeriemärkten und Discountern unter die Lupe genommen von Alexandra Heil EPub