Erfolgsstrategien für die Kosmetikbranche

GS1 Cosmetics Conference 2010 bietet Best-Practice-Lösungen

Die wachsende Flut an Produkt- und Prozessdaten durch Sortimentsvielfalt und ein stark durch Neuheiten getriebenes Kosmetikgeschäft stellt hohe Anforderungen an das Datenmanagement. Die Cosmetics Conference von GS1 Germany zeigt, wie Fachhandel und Industrie die Datenflut kanalisieren können. Ein weiterer Themenschwerpunkt ist gezieltes Category Management, um gemeinsam die Bedürfnisse des Kunden am Point of Sale treffsicher zu befriedigen. Zudem informiert die Konferenz über die zeitgemäße Kundenansprache durch Mobile Communication im Fachhandel. Auch zum Thema Fälschungssicherheit zeigt die GS1 Cosmetics Conference einen richtungsweisenden Lösungsweg. Die Veranstaltung in Köln ist ein Treffpunkt der Entscheider, Macher und Dienstleister der Premium- und Luxuskosmetikbranche, auf dem Erfahrungen ausgetauscht sowie Kontakte geknüpft und vertieft werden. Themenschwerpunkte sind die Umsetzung des ECR-Gedankens in der Kosmetikbranche, effizientes Datenmanagement für Handel und Industrie, Category Management, kundenorientierte POS-Gestaltung und neue Möglichkeiten in der Kundenansprache. Hochkarätige Referenten des Kosmetikmarktes stellen ihre Best-Practice-Lösungen vor. Informationen, Programm und Anmeldung über www.gs1-germany.de.

Urteil stärkt selektives Vertriebsmodell

In einem Grundsatzstreit um die Rechtmäßigkeit von Lieferstopps hat sich die Clarins GmbH; Starnberg klar durchgesetzt. Die klagende Parfümerie Pierre, die in Rheinland-Pfalz zehn Filialen betreibt, konnte mit ihrem Angriff auf die Kündigung der früheren Depotverträge und der Geltendmachung eines kartellrechtlichen Belieferungszwangs nicht durchdringen.

In einem inzwischen rechtskräftigen Urteil wies das Landgericht Nürnberg-Fürth die Klage des Händlers als mehrfach unbegründet zurück. Wegen verschiedener Verstöße gegen typische vertragliche Verkaufs- und Werbebeschränkungen im Rahmen des selektiven Vertriebs hatte Clarins die Verträge gekündigt und der Parfümeriekette insbesondere vorgeworfen, sich mit überzogenen Kunden-Rabattaktionen und aggressivem Preismarketing am Werbeauftritt eines Discounters zu orientieren. Die Parfümerie Pierre hielt diese Kündigungen für unberechtigt und meinte, Clarins mit kartellrechtlichen Mitteln zur Belieferung zwingen zu können. Das Gericht konnte jedoch schon wegen der Versorgungslage mit anderen Luxusmarken keine spezielle Abhängigkeit von den Pflegeprodukten der Marke Clarins erkennen, so dass ein Belieferungsszwang nicht in Betracht kam. Im Übrigen hielten die Richter die nachgewiesenen Verstöße gegen vertragliche Verpflichtungen zum Markenschutz und zur Markenpflege für so gewichtig, dass die Auflösung der bestehenden Verträge berechtigt war. Die Klägerin hat auf eine Berufung verzichtet und damit bereits die erstinstanzliche Entscheidung akzeptiert. Dazu Clarins-Geschäftsführer Stephan Seidel: „Die Entscheidung hat Bedeutung für die ganze Branche. Auch wenn wir nicht auf die Preisgestaltung unserer Händler Einfluss nehmen dürfen, so müssen diese doch in ihrem Werbeauftritt das Fachhandelsniveau halten und dürfen sich nicht mit überzogenen Rabattkampagnen als Discounter vermarkten. Das Urteil definiert einen fairen Ausgleich zwischen der Preisfreiheit des Handels und den Markenschutzinteressen der Hersteller.“ VKE-Geschäftsführer Martin Ruppmann sagt: „Für die Unternehmen der Selektivkosmetik bedeutet die Entscheidung eine deutliche Stärkung ihrer Rechte für Produkte mit einem klar differenzierten Werteversprechen.“

„Die Entscheidung hat Bedeutung für die ganze Branche. Der selektive Vertrieb ist im Interesse von Fachhandel und Herstellern gestärkt worden.“

Clarins Geschäftsführer Stephan Seidel

SUMMARY

Court ruling supports selective distribution: Clarins GmbH won a case of general principle regarding the legality of delivery stoppages. The plaintiff, the perfumery Pierre, which runs 10 branches in the Federal State of Rhineland-Palatinate, was not successful with its appeal against the early termination of its contract as contractually bound intermediary and its attempt to force deliveries based on cartel law. In its ruling which has already come into effect, the district court of Nuremberg-Fürth rejected the demand as unjustified for several reasons. In particular, Clarins accused the perfumery company of adjusting its advertising too much to that of a discounter with excessive discounts and aggressive pricing. Pierre, the perfumery company, considered the termination to be unjustified and also believed that they would be able to force Clarins to continue delivering by appealing to cartel law. Due to the large number of different suppliers of luxury brands the court could not identify a dependence on Clarins skin care products, making the claim for continuation of deliveries unjustified. It judged the given infringements of contractual obligations with regard to brand protection and brand reinforcement as significant and declared the termination of the existing contracts as justified. Clarins Managing Director Stephan Seidel commented: „This ruling is of importance for the whole industry.“