

Die unterschätzte Dienstleistung

Lohnherstellung

Zukunftsorientierte Unternehmen wissen inzwischen zu schätzen, dass es durchaus Vorteile bringt, die vielfältigen Möglichkeiten externer Partner zu nutzen. Denn nur wer heute schnell und flexibel auf die immer schneller werdenden Marktveränderungen reagiert, kann sicher und langfristig im Markt agieren. Michael Pfeiffer, Geschäftsführer der Pfeiffer Consulting GmbH, erläutert, wie stark sich das Aufgabengebiet eines Lohnherstellers in den letzten Jahren verändert hat und mit welchen Mitteln man maßgeblich zum Erfolg eines Kosmetikherstellers beitragen kann.



Fotos: Beiersdorf

Mit Lohnherstellern innovative Produkte schneller auf den Markt bringen

Während früher die Hauptaufgabe eines Lohnherstellers darin bestand, die in Auftrag gegebene Leistung abzuarbeiten, ist inzwischen wesentlich mehr Kreativität und richtungsweisender Input vom Lohnhersteller gefragt.

Die klassische Lohnherstellung beschränkte sich auf folgende Aufgaben: Rohstoffbeschaffung, Herstellung, Abfüllung und Versand. Heute ist das Aufgabenspektrum des Lohnherstellers wesentlich komplexer. Neben den traditionellen Aufgaben sind Lohnhersteller immer stärker auch gefordert, in Sachen Trendscouting, Produktentwicklung, Scaling-up, Produktangaben, Sicherheitsbewertung, Logistik, Marketing und Vertrieb aktiv zu werden.

Vom ausführenden Organ zur aktiven Beratung

Als eine wichtige Dienstleistung ist das Trendscouting anzusehen. Hier müssen nicht nur kurzfristige und langfris-

tige Rohstoff-, Verpackungs- und Produktionstrends berücksichtigt, sondern auch Märkte im In- und Ausland beobachtet werden.

Voraussetzung für ein effektives Marketing und eine schlagkräftige Produktauslobung sind Marktanalysen, Verbraucherumfragen und -tests. Auch Fragen der Produktgestaltung gewinnen an Bedeutung.

Bei der Produktentwicklung gilt es, bestehende Formulierungen zu modifizieren oder gegebenenfalls neu zu entwickeln. Besonders im Hinblick auf die Modifizierung von Formulierungen in Richtung Naturkosmetik sind Dienstleister immer mehr gefragt. Mikrobiologische und galenische Stabilität gehören somit automatisch zum Dienstleistungsportfolio. Know-how beim Scaling-up sichert eine Umsetzung vom Laboransatz bis zur Großserie ohne Reibungsverluste.

Das Thema Logistik nimmt häufig Dimensionen an, die die Erarbeitung

ganzer Logistikkonzepte erforderlich machen. Sowohl Rohstoffe als auch Fertigprodukte müssen optimal und kosteneffizient gelagert und transportiert werden. Der Direktversand von Großmengen an Zentrallager muss ebenso organisiert werden wie der Einzelversand oder Sonderkommissionierungen.

Es hängt von dem jeweiligen Kosmetikunternehmen ab, welche Leistungen es selbst übernimmt oder von einem Lohnhersteller fordert. Auch der Lohnhersteller selbst kann, nach Absprache mit dem Kosmetikunternehmen, diverse Leistungen an externe Partner vergeben. Von solchen Netzwerken, die zentral gesteuert werden, kann ein Kosmetikunternehmen nur profitieren. Dies können wir aufgrund langjähriger Projekterfahrung bestätigen.

Michael Pfeiffer
Geschäftsführer

Pfeiffer Consulting GmbH,
Pforzheim, Deutschland

