



foto: reuters/mario anzuoni
Colgate-Zahnpaste – im Bild in einem
US-amerikanischen Supermarkt.

DM stellt Zahnpastahersteller an den Pranger

26. August 2015, 13:20

6 POSTINGS

Colgate-Palmolive reduzierte die Inhaltsmenge, fordert aber weiter den bisherigen Preis. Da streikte der Drogeriemarkt

Karlsruhe – Eigentlich sollte in dem Regal bei der Drogeriemarktkette DM Zahnpasta der Marke Dentagard liegen. Die Packung mit 100 Millilitern zum Preis von 75 Cent. Doch der Platz im Regal bleibt in Deutschland derzeit leer. Stattdessen klebt dort ein Schild: "Gleicher Preis bei weniger Inhalt: Da streiken wir! DM."

Dann folgt noch die Erklärung: Der Hersteller von Dentagard – der Konsumgüterkonzern Colgate-Palmolive – habe die Inhaltsmenge der Tube von 100 auf 75 Milliliter reduziert, fordere aber weiterhin den bisherigen Preis. Da wolle DM im Kundeninteresse nicht mitmachen. Daher sei die Zahnpasta aktuell nicht verfügbar. Deutschlands größte Drogeriemarktkette stellt damit einen ihrer wichtigsten Lieferanten an den Pranger.

Ein spektakulärer Schritt, findet der Marketingexperte Martin Fassnacht von der deutschen Wirtschaftshochschule WHU. "Der Trick, den Inhalt zu verringern, ohne den Preis zu senken, wird im Handel ja öfter benutzt. Aber dass ein Händler die Kunden explizit darauf aufmerksam macht, dass ein Hersteller das Preis-Leistungs-Verhältnis verschlechtern will, das ist neu."

Günstigster Anbieter bleiben

Der Vorsitzende der DM-Geschäftsführung, Erich Harsch, bekräftigt auf Nachfrage der Deutschen Presseagentur: "Wir möchten diese Preiserhöhung nicht an unsere Kunden weitergeben." Es sei der Anspruch, auch in Zukunft "der günstigste Anbieter von Drogeriewaren zu sein".

In Österreich ist die betreffende Marke nicht gelistet. Ein derartiges Vorgehen wie in Deutschland habe es bei DM Österreich in der Vergangenheit nicht gegeben, hieß es auf APA-Anfrage. "Für DM Österreich stehen die Kunden im Vordergrund, und wir möchten ihnen eine große Auswahl an Produkten zu fairen Preisen bieten. Hintergründe von Verhandlungen tragen wir daher nicht vor unseren Kunden aus", sagt DM-Geschäftsführer Harald Bauer.

Colgate-Palmolive ist diese neue Offenheit in Deutschland anscheinend überhaupt nicht geheuer. "Als Hersteller von Konsumgütern ist es ein übliches Vorgehen, Abgabepreise an den Handel an steigende Kosten zum Beispiel für Energie und Rohstoffe anzupassen. Unüblich ist es, uns öffentlich zu Verhandlungen mit unseren Handelspartnern zu äußern", wiegelt das Unternehmen in einer Stellungnahme Nachfragen zu dem Vorgang ab. Und fügt dann noch hinzu: "Wir hoffen darauf, mit DM eine einvernehmliche Lösung zu finden."

Unter Druck

Für den Handelsexperten Fassnacht ist die Taktik des Drogeriemarkt-Riesen DM allerdings gut nachvollziehbar. Der Schritt unterstütze das Image von DM als ehrliches Unternehmen und setze Colgate-Palmolive unter Druck, meint

er. Und wahrscheinlich sei auch die Hoffnung damit verbunden, dass die DM-Handelsmarke Dontodent davon profitiere.

Armin Valet von der Verbraucherzentrale Hamburg begrüßt den Schritt ausdrücklich. Verdeckte Preiserhöhungen seien für viele Verbraucher ein Ärgernis. Sie fühlten sich über den Tisch gezogen. "Dass da mal ein Händler Position bezieht, finden wir gar nicht so unsympathisch." Allerdings habe auch DM in der Vergangenheit bei ähnlichen Versuchen von anderen Markenartiklern durchaus mitgezogen.

Dass DM jetzt viel aggressiver reagiert, könnte auch mit der jüngsten Offensive des Diskontmarktführers Aldi (in Österreich Hofer) zu tun haben, der immer mehr Markenprodukte in sein Angebot nimmt und damit die Preise auf breiter Front ins Rutschen bringt. "Das sorgt nicht nur bei den klassischen Supermärkten, sondern längst auch bei den Drogerieketten für Nervosität. Umso wichtiger ist es für DM, seinen Ruf als ehrlicher Anbieter mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis zu verteidigen", meint Fassnacht. (APA, 26.8.2015)

SITELINK



Office 365 und Sharepoint für Anwender

Lernen Sie Microsoft Office 365 und Sharepoint professionell im Unternehmen einzusetzen. Jetzt informieren:
www.wifiwien.at/IT

BEZAHLTE ANZEIGE

© STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H. 2015

Alle Rechte vorbehalten. Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf.
Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.
