

Lust auf Luxus

Seit fast zehn Jahren ist die Premium-Marke Carlton nun bereits auf Erfolgskurs. Sie gibt dem Friseur als Berater in Sachen Schönheit ein ganzes Paket an exklusiver Haarpflege an die Hand



LAB COSMETICS ...

... wurde 1998 von Slobodan Vucinic (Geschäftsführer) und seiner Frau Karin Hock-Vucinic (verantwortlich für das internationale Business) in Hamburg gegründet. Mit zum Führungsteam gehört Jens Rüschoff, Vertriebsleiter für den deutschen Markt ... ist ein 100%iges Familienunternehmen, das Haarpflegeprodukte in Eigenregie entwickelt und produziert. Abfüllung und Logistik übernehmen Partnerunternehmen ... hat Deutschland als wichtigsten Absatzmarkt, ist aber mittlerweile in elf weiteren Ländern Europas und Asiens mit exklusiven Distributionspartnern erfolgreich vertreten
 Mehr Informationen: Tel.: (040)38629100 und www.carlton-cosmetics.com

Carlton – das Label steht für Internationalität, Luxus und Qualität und weckt beim Verbraucher positive Assoziationen. Das haben intensive Recherchen ergeben, die damals im Rahmen der Firmengründung durchgeführt wurden, um einen geeigneten Markennamen zu finden. Aber Namen sind Schall und Rauch, wusste ja bekanntlich schon Goethe, und so musste die Produktlinie von LAB Cosmetics im Laufe der Jahre natürlich erst zeigen, was in ihr steckt. Und das ist bestens gelungen.

Stetig ansteigender Erfolg, auch dieses Jahr wieder 25%iges Wachstum, treue Partnerschaften mit den Friseurkunden und eine sehr hohe Wiederverkaufsrate beim Endverbraucher sprechen eine deutliche Sprache. „Höchste Qualität ist unser Anspruch. Das bezieht sich aber nicht nur auf die Produkte, sondern auch auf die Zusammenarbeit mit unseren Kunden. Deshalb stellen auch unsere bestens ausgebildeten Kundenbetreuer deren Bedürfnisse in den Vordergrund ihres täglichen Handelns. Wir haben eine Unternehmenskultur, in der Werte wie Ehrlichkeit, Zuver-

lässigkeit und Menschlichkeit wichtig sind“, beschreibt Slobodan Vucinic die Firmenphilosophie. Kompetente Beratung, am besten in einem persönlichen Gespräch, ist einer der Eckpfeiler des Erfolges. Interessierte Friseure erhalten Testpakete und werden bei Bedarf individuell geschult. Der Kunde kann derzeit unter 32 Artikeln wählen, die den gesamten Pflege- und Stylingbereich abdecken. Alle Produkte, die übrigens auch in Kabinett- und Reisegrößen erhältlich sind, enthalten reines Thermalwasser, natürliche Inhaltsstoffe und Parfums, sowie haarkräftigendes Protein und Keratin – Luxus pur für alle Sinne.

SCHÖNHEIT EXKLUSIV

Zukunftsziel ist, den Bekanntheitsgrad der Marke noch weiter zu steigern und das Wachstum qualitativ und quantitativ fortzusetzen. Deshalb wurde auch vor Kurzem eine PR- und Werbeagentur, Ten East Hamburg, mit ins Boot geholt. „Allerweltsmarke wollen wir aber trotzdem nicht werden. Carlton wird weiterhin nur exklusiv über Friseure erhältlich sein“, so Jens Rüschoff.