



# DIRTY SHADES OF GREY

## DIE INITIATIVE GEGEN SCHATTENSEITEN IN DER PARFÜMKUNST

### WORUM GEHT ES?

Wir erleben bei unseren Parfümkunstwerken – auch Nischendüfte genannt – eine massive Graumarktschwemme:

- eine Welle von billigen Reimporten von Distributoren anderer Vertriebsgebiete (Originale, bei denen in der Regel das Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten ist, was den Preis erklärt), die Produkte vertragswidrig in unsere Märkte schleusen und hier verschleudern.
- ein vermehrtes Aufkommen von Hehlerware aus Diebstählen
- eine Häufung von Fälschungen aus Nah- und Fernost

**DIESER ENTWICKLUNG MÖCHTEN WIR UNS VON WILL BE A BRAND ENTGEGEN-  
STEMMEN – VEREINT MIT DEN PARFÜMKÜNSTLERN UND DEM HANDEL.**



### WIE LÄSST SICH DIE AKTUELLE ENTWICKLUNG ERKLÄREN?

Escentric Molecules ist besonders betroffen und steht exemplarisch für die Problematik: Die Marke ist kometenhaft in den Dufthimmel aufgestiegen. will be a brand hat beim Aufbau der Marke konsequent auf Exklusivität und handverlesene Verkaufskanäle gesetzt: Escentric Molecules Düfte sollten keine Massenware werden. Doch was knapp ist, ist leider besonders begehrt. Das heizt den Graumarkt an.

### WAS SIND DIE FOLGEN?

- **Der Graumarkt bedroht die Geschäftstätigkeit** des seriösen Vertriebs und Handels.
- **Er bedroht die Reputation** großartiger, kreativer Marken wie Escentric Molecules.
- **Der Graumarkt täuscht den Verbraucher:**  
Ein abgelaufener Duft muss häufiger nachgesprüht werden, der Flakon ist schneller leer und am Ende teurer als das Original.
- **Der Graumarkt gefährdet den Verbraucher:**  
Der Erwerb von Hehlerware (und unter gewissen Umständen auch Plagiaten) ist illegal; Plagiate sind labortechnisch nicht bewertet – die Verbrauchergesundheit steht hier auf dem Spiel (Allergien, Hautirritationen und Überreaktionen des Immunsystems).



*„Für uns als Marken-  
bildner ist dies die  
bitterste Erkenntnis:  
Dass sich offenbar  
niemand für den  
Wert einer Marke  
interessiert, sondern  
nur für den Profit.“*

**Sven Eric Moos**

# WORAN ERKENNT MAN GRAUMARKTWARE?



Graumarktware ist billig: Sie wird zu Preisen von bis zu 65 % unter dem üblichen VK-Preis angeboten.

Ein Graumarktprodukt ist für den Fachmann nur an der sog. „Batchnummer“ zu erkennen – an ihr lässt sich auch das Alter des Produkts feststellen. Die konsequente Codierung von Produkten ist eine Lösung, dem Graumarkt zumindest auf die Schliche zu kommen.

Graumarktimporteure beseitigen bereits heute diese Codes, um die Rückverfolgbarkeit eines Produktes zu verhindern – vermeintlich, um ihre „Lieferanten“ zu schützen. Auch Plagiate kann meist nur der Fachmann erkennen – durch Abweichungen vom Duft, bei der Verpackung, dem Design und Druck, dem Flakon.

*„Alle Beteiligten haben die Verantwortung dafür, dass aus unserem Nischenprodukt keine Massenware wird. Auch die Parfümeriebranche ist in der Pflicht, Marken zu pflegen – anstatt sie zu verbrennen.“*

Geza Schön



## WAS KANN ICH TUN?

Düfte, bei denen sich Handel und Verbraucher auf Echtheit, Qualität und Produktsicherheit verlassen können, stammen immer von einem autorisierten Vertrieb wie will be a brand und werden grundsätzlich zum – höheren – Originalpreis | UVP angeboten.

Der Graumarkt ist extrem intransparent, professionell organisiert und nur sehr schwer einzudämmen. Die Einzigen, die es nachhaltig schaffen können, sind der seriöse, autorisierte Handel – und die Verbraucher selbst.



### DAS UNTERNEHMEN

will be a brand ist die Markenplattform für innovative, kreative Parfümkunst jenseits des Mainstreams. Zum Portfolio von will be a brand gehören Escentric Molecules, Atelier PMP, Mark Buxton Perfumes, MEMO Paris, Saskia Diez, NASENGOLD, WACKELWASSER, Kinski Fragrance, biehl. parfumkunstwerke, Project Renegades, The Beautiful Mind Series, Boudicca Wode und Verdúu. will be a brand wurde 2013 ins Leben gerufen, hat seinen Unternehmenssitz in Berlin und wird von Sven Eric Moos betrieben.

### KONTAKT

will be a brand  
Borsigstraße 8  
10115 Berlin  
Fon: +49 30 41 72 23 22  
Mail: office@willbeabrand.com

[www.facebook.com/willbeabrand](http://www.facebook.com/willbeabrand)  
[www.instagram.com/willbeabrand](http://www.instagram.com/willbeabrand)  
[www.willbeabrand.com](http://www.willbeabrand.com)

### PRESSEKONTAKT

redroses communications  
Jana Enderle  
j.enderle@redroses-pr.com  
Telefon: 040 – 46 96 770 40

