

Bauhaus-Universität Weimar
Fakultät Medien

INSTUTIONSÖKONOMISCHE ANALYSE DER KOSMETIKINDUSTRIE

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades einer
Bachelor-Kulturwissenschaftlerin (Medien) an der Fakultät Medien der
Bauhaus-Universität Weimar

Betreuer:

Prof. Dr. Matthias Maier
Dipl. Kulturwissenschaftlerin [Medien] Nancy Richter

Eingereicht von:

Stefanie Roth

Weimar, den 23.02.2009

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis.....	iv
Tabellenverzeichnis.....	v
Abkürzungsverzeichnis.....	vi
1. EINLEITUNG.....	1
2. ATTRAKTIVITÄT DURCH KONSUM.....	4
2.1 Die Welt der Schönheit	4
2.2 Die Kosmetikindustrie	8
2.3 Der Körper als Konsumobjekt	11
2.4 Der Körper als Institution	15
3. INSTITUTIONEN UND ZEICHEN.....	18
3.1 Definition Institution	18
3.2 Die Theorie der feinen Institutionen	20
3.3 Die Theorie der Zeichen	23
3.3.1 <i>Grundlagen der Semiotik</i>	24
3.3.2 <i>Prestige durch Zeichen</i>	26
3.3.3 <i>Semiotik in der Werbung</i>	28
3.4 Strategien als Institutionen in der Kosmetikindustrie	32
3.4.1 <i>Die Strategien der Hersteller</i>	33
3.4.2 <i>Die Strategien des Vertriebes</i>	36
3.4.3 <i>Die Strategien des Konsumenten</i>	38

4. PRESTIGE DURCH DEMONSTRATIVEN KONSUM	41
4.1 Die feinen Unterschiede	41
4.1.1 <i>Kapitalbegriff und soziale Positionen</i>	41
4.1.1.1 <i>Das kulturelle Kapital</i>	42
4.1.1.2 <i>Das ökonomische Kapital</i>	43
4.1.1.3 <i>Das soziale Kapital</i>	43
4.1.1.4 <i>Das symbolische Kapital</i>	44
4.1.2 <i>Das Konzept des Habitus und der Klassen</i>	45
4.2 Abgrenzung durch Geschmack	47
4.3 Luxus als Ausdruck des Geldes	51
4.3.1 <i>Luxus – eine Definition</i>	51
4.3.2 <i>Die Luxusindustrie</i>	52
4.3.3 <i>Premiumkosmetik</i>	55
5. INSTITUTIONELLE KONFIGURATION BEI NIVEA UND CHANEL	58
5.1. Die Marke NIVEA	58
5.1.1 <i>Die Produktpolitik</i>	60
5.1.2 <i>Die Kommunikationspolitik</i>	61
5.1.3 <i>Die Preispolitik</i>	64
5.1.4 <i>Die Distributionspolitik</i>	64
5.2. Die Marke CHANEL	65
5.2.1 <i>Die Produktpolitik</i>	66
5.2.2 <i>Die Preispolitik</i>	68
5.2.3 <i>Die Kommunikationspolitik</i>	69
5.2.4 <i>Die Distributionspolitik</i>	71
5.3. Zusammenfassung	72
6. RESÜMEE	73
LITERATURVERZEICHNIS	vii
ABBILDUNGSQUELLEN	xv

Literaturverzeichnis

- Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaft (RiL 76/768/EWG):** Richtlinie 76/768/EWG des Rates vom 27. Juli 1976 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über kosmetische Mittel zuletzt geändert durch die Richtlinie 2003/83/EG vom 24.09.2003. URL: <http://europa.eu.int/scadplus/leg/de/lvb/l21191.htm> (Januar 2009)
- Barmeyer, Christoph I. (2007):** „Luxe, calme et volupté“ – Die französische Luxusgüterindustrie. Abrufbar unter: http://www.zeitschrift-dokumente.de/downloads/artikel/art_12012007.pdf (Januar 2009)
- Baudrillard, Jean (2006):** The Consumer Society. Myth and Structures. Translated by Chris Turner. Sage Publications. London. Thousand Oaks. New Delhi.
- Beauty-Spion (2008):** Hrsg: Jimmie Carson. im Internet unter: <http://www.beautyspion.de/chanel-ultra-correction-line-repair-die-ursache-von-falten-bekampfen> (Januar 2009)
- Beiersdorf (2008a):** Unser Profil – Globale Marken – globaler Erfolg. Im Internet unter: <http://www.beiersdorf.de/Area-About-us/Our-Profile.aspx?l=1> (Januar 2009)
- Beiersdorf (2008b):** Geschäftsbericht 2007. Im Internet zum download unter: <http://www.beiersdorf.de/Area-IR/Downloadcenter.aspx?l=1> (Januar 2009)
- Beiersdorf (2009):** „Schönheits ist ...“. Im Internet unter: <http://www.beiersdorf.de/controller.aspx?n=23&id=1556&l=1> (Januar 2009)
- Bentele, Günther (2008):** Vorlesungsskript „Werbung in der Gesellschaft“. Im Internet unter: http://www.communicationmanagement.de/fileadmin/cmgt/PDF_Vorlesungsskripte/VL-Werbung_SS-08-VL07_Semiotik.pdf (Januar 2009). Leipzig
- Bernsau, Klaus M. (2006):** Back to Business – Körper und Haut in der Werbung. Eine semiotische Momentaufnahme. Im Internet unter: http://www.kommunikation-kmb.de/docs/Koerper-Essay_KMB_070108.pdf (Januar 2009)
- Blask, Falko (2002):** Jean Baudrillard zur Einführung. 2. Auflage. Junius Verlag GmbH. Hamburg
- Bourdieu, Pierre (1992):** Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik und Kultur 1. Hrsg.: Margareta Steinrücke. VSA-Verlag. Hamburg
- Bourdieu, Pierre (1996):** Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. 8. Auflage. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main.

Burhenne, Verena (1998a): Make-up ! Aus der Geschichte der dekorativen Kosmetik - Eine Einführung. Erschienen in: Make-up ! Aus der Geschichte der dekorativen Kosmetik. Druck Verlag Kettler. Bönen

Burhenne, Verena (1998b): Weiß wie Schnee, rot wie Blut, schwarz wie Ebenholz. Vom Schminken des Gesichtes. Erschienen in: Make-up ! Aus der Geschichte der dekorativen Kosmetik. Druck Verlag Kettler. Bönen

Bünte, Claudia (2005): Der Marken Optimizer. Ein integriertes Modell zur Imageoptimierung einer bestehenden Markenerweiterung unter besonderer Berücksichtigung der Familienmarke am Beispiel NIVEA und NIVEA Beauté. LIT Verlag. Berlin.

Chanel (2009a): No. 5 im Internet unter

<http://www.chanel.com/fb/um.php?la=de&lo=de&re=chanelcom&ws-action=http://um.chanel.com/fplus.php?chsetdefgnav%3d6%26chsetdefgnavdiv%3d13%26branding%3dn05%26landing%3df%26la%3dde%26lo%3dde%26re%3dchanelcom~~~G!023D217BCFB3!5kW0r37g%252brwd%252bKllvg%3d%3d~general~~~@http://syndicator.chanel.com.edgesuite.net/chanel/chanel-um> (Januar 2009)

Chanel (2009b): Ultra Correction Line Repair Produkt Informationen im Internet unter: <http://www.chanel.com/fb/um.php?la=de&lo=de&re=chanelcom&ws-action=http://um.chanel.com/landing.php?chsetdefgnav%3d8%26prec%3dn%26landing%3dp%26la%3dde%26lo%3dde%26re%3dchanelcom~~~G!04036363945A!5kW0r37g%252brwd%252bKllvg%3d%3d~general~~~@http://syndicator.chanel.com.edgesuite.net/chanel/chanel-um> (Januar 2009)

Chanel (2009c): FAQ Chanel. Allgemeine Informationen. Im Internet unter: http://www.chanel.com/nav/html/direct_page.php?page=faq&zone_lang=EURDE (Januar 2009)

Cosmetic-Business (2009): Aktuelle News. Märkte/Unternehmen. Im Internet unter: http://www.cosmetic-business.com/showartikel.php?art_id=1695 (Januar 2009)

Degele, Nina (2004): Sich schön machen. Zur Soziologie von Geschlecht und Schönheitshandeln. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.

Deichsel, Alexander (2007): Luxusmarken sind Vorbilder der Markenführung. Erschienen in: Marketing-Journal. Ausgabe Nr. 7-8. Juli-August 2007. 40. Jahrgang. Im Internet unter: http://www.markentechnik.ch/de/marke_trend/documents/mj_07-08-07_Markentechnik.pdf (Januar 2009)

Dodt, Ulrich (1980): Produktpräsentation – Mittel der Verkaufsförderung im Marketing. Band 8. Fördergesellschaft Produkt – Marketing e.V.

- Douglas (2009):** Color Shine Fever Lippenstift von Lancome. Im Internet unter:
http://www.douglas.de/douglas/Lanc%C3%B4me/index_b0114.html
 (Januar 2009)
- Eco, Umberto (1994):** Einführung in die Semiotik. Wilhelm Fink Verlag. München
- Eichholz-Klein, Susanne (ohne Angabe):** Premiumkosmetik: Zielgruppen –
 Marken – Zukunftspotentiale. Im Internet unter:
http://www.kosmetikverband.de/vke_treff/pdf/080624_vke_Eichholz-Klein_Vortrag.pdf (Januar 2009)
- Florack, Arnd & Scarabis, Martin (2002):** Psychologie der Werbung. Gehirn und
 Geist (Spektrum der Wissenschaft), S. 26 - 35 zum download unter:
<http://www.werbepsychologie-online.de/> (Januar 2009)
- Franck, Georg (1998):** Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. Carl Hanser
 Verlag. München. Wien.
- Frey, Ullrich Dirk (1994):** Marketing im Aufbruch. Werbung, Verkaufsförderung,
 Trademarketing, Vertrieb. Verlag Moderne Industrie. Landsberg/Lech
- Fröhlich, Gerhard (1994):** Kapital, Habitus, Feld, Symbol – Grundbegriffe der
 Kulturtheorie bei Pierre Bourdieu. Erschienen in: Mörth, Ingo & Fröhlich,
 Gerhard (Hrsg.): Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kultursoziologie
 der Moderne nach Pierre Bourdieu. Campus Verlag. Frankfurt.
- Gieske, Sabine (1998):** Die Schönheit der Damen. Von Toiletten-Lektüren,
 aufklärerischen Idealen und geschlechterspezifischen Inszenierungen.
 Erschienen in: Make-up ! Aus der Geschichte der dekorativen Kosmetik
 (1998). Druck Verlag Kettler. Bönen
- Großes Wörterbuch Psychologie (2004):** Compact Verlag München.
- Hanselitsch, Werner (2007):** Jean Baudrillard – Theoretisch gesehen. Im Internet
 unter: [http://www.rationalpark.com/rationalpark/media/
 rp_op_vo1_baudrillard.pdf](http://www.rationalpark.com/rationalpark/media/rp_op_vo1_baudrillard.pdf) (Januar 2009)
- Haselberg von, Peter (1962):** Funktionalismus und Irrationalität. Studien über
 Thorstein Veblens „Theory of the Leisure People“. Europäische
 Verlagsanstalt. Frankfurt am Main.
- Haselberg von, Peter & Heintz, Suzanne (2007):** Vorwort zur deutschen
 Ausgabe. Erschienen in: Veblen, Thorstein Bunde (2007): Theorie der feinen
 Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen.
 Fischer Taschenbuchverlag. Frankfurt am Main
- Helena Rubinstein (2009):** Die Creme „Gold Future“. Im Internet unter:
[http://www.helenarubinstein.de/_de/_de/catalog/HRproduct.aspx?
 PrdCode=1501154A&categorycode=AXE_Skincare%5EF1_
 Correct%5EF2_Global_Anti_ageing](http://www.helenarubinstein.de/_de/_de/catalog/HRproduct.aspx?PrdCode=1501154A&categorycode=AXE_Skincare%5EF1_Correct%5EF2_Global_Anti_ageing) (Januar 2009)

Henkel (2008a): Über Henkel. Im Internet unter:

http://www.henkel.de/cps/rde/xchg/henkel_de/hs.xsl/10013_DED_HTML.htm (Januar 2009)

Henkel (2008b): Kosmetik und Körperpflege: Daten und Fakten. Im Internet unter:

http://www.henkel.de/cps/rde/xchg/henkel_de/hs.xsl/10026_DED_HTML.htm#id683 (Januar 2009)

Hermanns, Arnold (2001): Stars als Träger von Werbebotschaften. Erschienen in: Gaitanides, Michael & Kruse, Jörn (2001): Stars in Film und Sport. Ökonomische Analyse des Starphänomens. Verlag Reinhard Fischer. München.

Hommerich, Christoph (2006): Luxus – Von der Notwendigkeit des Überflüssigem. VKE-Treff 2006. Im Internet unter:

http://www.kosmetikverband.de/vke_treff/pdf/Luxus26_09_06.pdf (Januar 2009)

Höfel, Lea (2004): Was schön ist, ist (meist) gut: Auswirkungen von Schönheit. Erschienen in: cosmetic dentistry (04/2004). Im Internet unter:

http://www.dentinic.de/download/schoenheit/beauty_IV.pdf (Januar 2009)

IKW (2005): Forschung in der Kosmetik. Im Internet unter:

http://www.ikw.org/pdf/broschueren/Faltblatt_Forschung.pdf (Januar 2009)

IKW (2006): Körper & Pflege. Subjektiver und objektiver Nutzen der Körperpflege. Im Internet unter:

[http://www.ikw.org/pdf/broschueren/Koerper_Pflege_06\(i\).pdf](http://www.ikw.org/pdf/broschueren/Koerper_Pflege_06(i).pdf) (Januar 2009)

Innovations-Report (2009): Gebe der Marke Gefühle und sie wird sich verkaufen. Im Internet unter: http://www.innovations-report.de/html/berichte/kommunikation_medien/bericht-5636.html

(Januar 2009)

Jagemann, Marina (2004): Haut(p)tsache hochkarätig. Im Internet unter:

[http://www.stern.de/lifestyle/mode/:Luxus-Kosmetik-Hau\(p\)tsache-/530085.html](http://www.stern.de/lifestyle/mode/:Luxus-Kosmetik-Hau(p)tsache-/530085.html) (Januar 2009)

Jansen, Susanne & Gedenk, Karen (2007): Markentransfer am Beispiel NIVEA Beauté. Erschienen in: Albers, Sönke & Herrmann, Andreas (2007):

Handbuch Produktmanagement. Strategieentwicklung – Produktplanung – Organisation – Kontrolle. 3. Auflage. Gabler Verlag. Wiesbaden.

Kluth, Heinz (1957): Sozialprestige und sozialer Status. Ferdinand Enke Verlag. Stuttgart.

Koppetsch, Cornelia (2000): Die Verkörperung des schönen Selbst. Zur Statusrelevanz von Attraktivität. Erschienen in: Koppetsch, Cornelia (2000): Körper und Status. Zur Soziologie der Attraktivität. Universitätsverlag Konstanz GmbH. Konstanz.

Köcher, Renate (2006): Trends und Verbraucherpräferenzen bei hochklassiger Kosmetik. Aktuelle Ergebnisse der TOPLLevel 2006. Im Internet unter: http://www.kosmetikverband.de/vke_treff/ppt/TOPLLevel_06_Kosmetik.ppt (Januar 2009)

Lange, Andreas (2008): Wirtschaftspressekonferenz des Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW) in Frankfurt. Im Internet unter: http://www.ikw.org/pdf/broschueren/2008_IKW-PK_Rede_Marktzahlen.pdf (Januar 2009)

Leiner, Dominik (2005): Der Weltmarkt für dekorative Kosmetik. Management Summary. Seminararbeit München. Im Internet unter: http://www.dominik-leiner.de/download/Dekorative_Kosmetik_Weltmarkt_2005.pdf (Januar 2009)

L'oreal (2009): 2007 Financial Statements im Internet unter: http://www.lorealfinance.e-loreal.com/site/us/contenu/rapport/rapport2007/pdf/2007_Annual_Report_Volume_2.pdf (Januar 2009)

LVMH (2009): Die Marken der LVMH Gruppe. Im Internet abrufbar unter: <http://www.lvmh.com/> (Januar 2009)

Meier, Beat (1989): John Kenneth Galbraith und seine Wegbereiter. Von Veblen zu Galbraith. Verlag Rüegger. Grösch

Mersch, Dieter (1993): Umberto Eco Zur Einführung. 1. Auflage. Junius Verlag GmbH. Hamburg

Meyers Taschenlexikon (2002): 6. Auflage. Herausgegeben und bearbeitet von Meyers Lexikonredaktion. B.I.-Taschenbuchverlag. Mannheim. Leipzig. Wien. Zürich.

Morris, Charles William (1972): Grundlagen der Zeichentheorie. Ästhetik und Zeichentheorie. Carl Hanser Verlag. München

Munkelt, Irmtrud (2007): Interview mit Inken Hollmann-Peters und Franziska Schmiedebach-Ullner (beide Vice President Brand Leadership Unit NIVEA): im Internet unter: http://www.absatzwirtschaft.de/Content/printpage.aspx?_p=1003000&_t=ftprint&_b=61716 (Januar 2009)

Nivea (2009a): NIVEA History im Internet unter : <http://www.nivea.de/history> (Januar 2009)

Nivea (2009b): Die Leitidee « Beauty is ... » im Internet unter: http://www.nivea.de/beauty_is (Januar 2009)

- Nivea (2009c):** Jogi Löw wird Nivea for Men Pflegecoach. Im Internet unter:
<http://www.niveaformen.de/aktion/presse.html> (Januar 2009)
- Nivea (2009d):** NIVEA Handelspartner. Im Internet unter:
http://www.nivea.de/imported_specials/show/14266 (Januar 2009)
- Nivea (2009e):** Anwendungen im Nivea Haus. Im Internet unter:
<http://www.nivea.de/de/haus/anwendungen> (Januar 2009)
- Nivea (2009 f):** Das Konzept des Nivea Haus. Im Internet unter:
<http://www.nivea.de/de/haus/konzept> (Januar 2009)
- Nivea (2009g):** Der NIVEA Shop. Im Internet unter :
<http://www.nivea.de/de/haus/shop> (Januar 2009)
- Neuburger, Rahild (ohne Angabe) :** Marketing Grundwissen. Sonderausgabe.
 Business – Spicker. ISBN: 978 – 3 – 8174 – 6484 – 5
- Procter & Gamble (2009): Annual Report 2008. Im Internet unter:**
http://annualreport.pg.com/PG_2008_AnnualReport.pdf (Januar 2009)
- Reitzle, Wolfgang (2001):** Luxus schafft Wohlstand. Die Zukunft der globalen
 Wirtschaft. Rowohlt Verlag GmbH. Reinbek bei Hamburg.
- Ritzer, George (1998):** Introduction. Erschienen in: Baudrillard, Jean (2006): The
 Consumer Society. Myth and Structures. Translated by Chris Turner. Sage
 Publications. London. Thousand Oaks. New Delhi.
- Schalk, Helge (2002):** Umberto Eco zur Einführung. Im Internet unter:
<http://www.eco-online.de/PDFs/EcoEinfuehrung.pdf> (Januar 2009)
- Schilcher, Christian (2005):** Der Beitrag von Pierre Bourdieu zur
 Sozialstrukturanalyse der gegenwärtigen Gesellschaften. Diplomarbeit. Im
 Internet unter: http://www.sicetnon.org/content/perform/Schilcher_Bourdieu.pdf
 (Januar 2009)
- Schlecker (2009a):** Lippenstift Jade Maybelline im Internet unter:
<http://www4.schlecker.com/htdocs/Suchergebnis.aspx?url=http%3a%2f%2fschlecker.factfinder.de%2fSchleckerXML%2fSearch.ff%3fsuchbegriff%3djade%26m%3dDE%26page%3d3%26productsPerPage%3d15%26xml%3dtrue> (Januar 2009)
- Schlecker (2009b):** NIVEA Creme im Internet unter:
<http://www4.schlecker.com/htdocs/Suchergebnis.aspx?suchbegriff=Nivea>
 (Januar 2009)

- Searle, John R. (2004):** What is an Institution ? Erschienen in: Journal of Institutional Economics 2005. Im Internet unter: http://journals.cambridge.org/download.php?file=%2FJOI%2FJOI1_01%2FS1744137405000020a.pdf&code=4604f641796109f814e1b68b258da7cd (Dezember 2008)
- Searle, John R. (1997):** Die Konstruktion der gesellschaftlichen Wirklichkeit. Zur Ontologie sozialer Tatsachen. Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH. Reinbek bei Hamburg.
- Seestern (2009):** Coco Chanel Zitat. Im Internet unter: <http://seesterne.ch/> (Januar 2009)
- Sombart , Werner (1992):** Liebe, Luxus und Kapitalismus. Über die Entstehung der modernen Welt aus dem Geist der Verschwendung. Verlag Klaus Wagenbach. Berlin.
- Thoms, Ulrike (1998):** Make-up, Moden und Märkte. Dekorative Kosmetik und Werbung 1850-1970. Erschienen in: Make-up ! Aus der Geschichte der dekorativen Kosmetik. Druck Verlag Kettler. Bönen
- Tischberger, Roman/Rascha, Raoul /Widholm, Benjamin (2007):** Kapitalformen und Klassen bei Pierre Bourdieu. Im Internet unter: http://www.philso.uni-augsburg.de/lehrstuehle/soziologie/sozio1/medienverzeichnis/Bosancic_WS_07_08/SU_HO_Bourdieu_doc.pdf (Januar 2009)
- Unilever (2008):** Unilever Annual Review 2007. Im Internet unter: http://annualreview07.unilever.com/downloads/Unilever_07_annual_review_en.pdf (Januar 2009)
- Unilever (2009):** Unsere Marken. Im Internet unter: <http://www.unilever.de/ourbrands/default.asp> (Januar 2009)
- Uschok, Andreas (2005):** Körper und Pflege. Erschienen in: Schroeter, Klaus R. & Rosenthal, Thomas (2005): Soziologie der Pflege. Grundlagen, Wissensbestände und Perspektiven. Juventa Verlag Weinheim und München.
- Vanity Blog (2007):** Keira Knightley als Coco Mademoiselle in Chanel Werbung. Im Internet abrufbar unter: <http://vanityblog.com/2007/07/13/keira-knightley-als-coco-mademoiselle-in-chanel-werbung/> (Januar 2009)
- Veblen, Thorstein Bunde (2007):** Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen. Fischer Taschenbuchverlag. Frankfurt am Main
- Who is Who (2009):** Coco Chanel / Biografie. Im Internet unter: http://www.whoswho.de/templ/te_bio.php?PID=453&RID=1 (Januar 2009)

Wirtschafts- Lexikon (2009): abrufbar unter:

<http://www.wirtschaftslexikon24.net/d/veblen-effekt/veblen-effekt.htm>
(Januar 2009)

Wunderlich, Dieter (2008): Coco Chanel Biografie. Der märchenhafte Aufstieg einer Näherin aus der Provinz zur Pariser Modeschöpferin. Im Internet unter: <http://www.dieterwunderlich.de/Chanel.htm> (Januar 2009)

Wysokowski, Norbert & Weser, Adrian (2007): Auftraggeber Bauer Verlagsgruppe und Axel Springer Hamburg. Beauty Guide 2007. Im Internet unter: http://www.bauermedia.com/fileadmin/user_upload/pdf/studien/branchen/kosmetic/08-01-07_Beauty_Guide_2007_DEKORATIVE_KOSMETIK.pdf (Januar 2009)

Zons, Raimar (2007): Die Macht der Schönheit – Eine Einleitung. Erschienen in: Gutwald, Cathrin & Zons, Raimar (2007): Die Macht der Schönheit. Wilhelm Fink Verlag. München.