

LEITFADEN FÜR D2C-KOSMETIKMARKEN

PRIVATE LABEL COSMETICS EINFACH ERKLÄRT

So entsteht deine eigene Pflegelinie.

- ✓ Private Label einfach erklärt
- ✓ Wichtige Branchenbegriffe verstehen
- ✓ Chancen und Risiken erkennen
- ✓ Optimal auf das erste Herstellergespräch vorbereitet sein

Herausgegeben von der
wfs cosmetics

www.wfs-cosmetics.de

WARUM DIESER GUIDE?

Eigene Kosmetikmarke. Kein Labor. Kein Chemiker. Kein Problem, wenn man weiß, wie das Modell funktioniert. Dieser Guide erklärt das Fundament: **Was Private Label wirklich bedeutet, wie die Branche denkt und welche Begriffe du kennen musst.** Er ist kein Schritt-für-Schritt-Prozess, dafür gibt es unsere anderen Guides:

1

D2C-Kosmetik
erfolgreich
launchen

2

Private Label
Cosmetics:
Der Einstieg

3

Von der Idee
bis zur fertigen
Rezeptur

4

Häufige Fehler
bei der Produkt-
entwicklung



1. WAS IST PRIVATE LABEL KOSMETIK?

Du hast die Idee. Du hast die Marke. Jemand anderes produziert. Im Kosmetikmarkt gibt es **drei grundlegende Modelle**. Sie klingen ähnlich, funktionieren aber grundlegend verschieden:

EIGENPRODUKTION:

Eigenes Labor, eigene Produktion. Maximale Kontrolle, maximaler Kapitalbedarf. Für die meisten Brandowner keine realistische Option zum Start.

WHITE LABEL:

Fertige Standardprodukte, eigenes Logo drauf. Kein Entwicklungsaufwand, aber auch keine Differenzierung. Was bei dir im Tiegel ist, steckt identisch bei hundert anderen Marken drin.

PRIVATE LABEL:

Produkt entsteht gemeinsam mit einem Lohnhersteller. Formel, Wirkstoffe, Textur, Duft – alles im Dialog entwickelt. Was dabei entsteht, ist einzigartig: kein Mitbewerber führt dieselbe Formulierung. Genau das ist der Unterschied zwischen einer Marke, die sich abhebt und einer, die austauschbar bleibt.

WO WFS COSMETICS STEHT

Wir arbeiten ausschließlich im Private-Label-Modell. Keine Standardware. Wer eine eigene Formulierung mit echter Markenidentität will, ist bei uns richtig.

DREI MISSVERSTÄNDNISSE KURZ RICHTIGGESTELLT

1 „Private Label ist per se günstig“

Verglichen mit einer Eigenproduktion: ja. Aber hochwertige Formulierungen, geprüfte Rohstoffe und seriöse Sicherheitsprüfungen haben ihren Preis. Wer nur nach dem günstigsten Hersteller sucht, merkt das am Produkt.

2 „Der Hersteller macht alles. Ich bestelle nur“

Ein guter Lohnhersteller bringt enormes Know-how mit. Zielgruppe, Positionierung, Vertrieb das ist deine Aufgabe. Wer das delegieren will, bekommt keine Marke. Er bekommt eine Flüssigkeit in einem Behälter.

3 „Meine Rezeptur schützt mich“

Eine Rezeptur ist in Deutschland nicht patentierbar. Was dich schützt: deine Marke, deine Kommunikation und die Beziehung zu deiner Community.



2. WIE DIE KOSMETIKBRANCHE DENKT

Kosmetik ist kein Naturprodukt und keine Medizin. Sie hat ihre eigene Logik. **Produkt und Marke sind nicht dasselbe.** Die Branche denkt in Marken. Jede Kaufentscheidung ist zu einem erheblichen Teil eine Entscheidung für eine Marke, nicht für eine Formel. Die Qualität deiner Rezeptur ist die Grundvoraussetzung. **Dein Differenzierungsmerkmal bist du** – mit deiner Geschichte, deiner Haltung, deiner Konsequenz.

DIE BRANCHENFORMEL

Gutes Produkt × starke Marke × richtiger Kanal = nachhaltig wachsendes Business
Fehlt einer der drei Faktoren, multiplizierst du mit Null.

INHALTSSTOFFE SIND VERSPRECHEN, KEINE ZUTATEN

Hyaluronsäure, Niacinamid, Bakuchiol, uvm.: jeder dieser Namen transportiert für die Zielgruppe eine Erwartung. Entscheidend: Die **Inhaltsstoffe, über die du sprichst, müssen in wirkungsrelevanter Konzentration enthalten sein**. Schauinhaltsstoffe in winzige Mengen, nur für die INCI-Liste, kommen bei kritischen Konsumentinnen nicht mehr durch.

CLAIMS SIND KEINE MARKETINGFRAGE, SIE SIND EINE RECHTSFRAGE

„Straffend“, „Anti-Aging“, „Klinisch getestet“: im EU-Kosmetikrecht sind das regulierte Aussagen. Die Claims-Verordnung (EU) Nr. 655/2013 ist eindeutig: **Jede Produktaussage muss belegbar sein**. Kläre Claims am Anfang der Entwicklung, nicht am Ende.



3. BEGRIFFE, DIE DU KENNEN MUSST

Wer im ersten Herstellergespräch **die Sprache der Branche** spricht, stellt die richtigen Fragen.

PRODUKT & FORMULIERUNG

Rezeptur / Formulierung

Die vollständige Zusammensetzung eines Produkts: alle Rohstoffe, ihre Konzentrationen, die Herstellungsvorschrift. Das Herzstück jedes Private-Label-Produkts.

INCI-Liste

International Nomenclature of Cosmetic Ingredients – die standardisierte Pflichtangabe aller Inhaltsstoffe auf der Verpackung, absteigend nach Konzentration sortiert.

Aktiva vs. Hilfsstoffe

Aktiva sind Wirkstoffe (Hyaluronsäure, Niacinamid etc.). Hilfsstoffe machen das Produkt möglich: Emulgatoren, Konservierungsstoffe, Stabilisatoren. Unsichtbar, aber ohne sie gibt es keine Creme, nur getrenntes Öl und Wasser.

QUALITÄT & SICHERHEIT

GMP – Good Manufacturing Practice

ISO 22716: der Qualitätsstandard für kosmetische Herstellung. Regelt Produktion, Qualitätskontrolle, Lagerung und Rückverfolgbarkeit. Ein GMP-zertifizierter Hersteller dokumentiert jeden Schritt.

Stabilitätsprüfung

Prüft über Temperaturschwankungen, Lichteinwirkung und Zeit, ob eine Formulierung unter realen Bedingungen stabil bleibt. Ohne bestandene Stabilitätsprüfung kein MHD, kein verkaufsfähiges Produkt.

Sicherheitsbewertung / Safety Assessment

EU-Pflicht: Jedes Kosmetikprodukt braucht eine Bewertung durch einen qualifizierten Sicherheitsbewerter. Ohne sie darf das Produkt in der EU nicht verkauft werden.

REGULATORIK

PIF – Product Information File

Die vollständige technische Akte eines Produkts: Rezeptur, Sicherheitsbewertung, Stabilitätsdaten, Verpackungsunterlagen. Muss 10 Jahre nach dem letzten Inverkehrbringen verfügbar sein.

CPNP – Cosmetic Products Notification Portal

EU-weites Pflichtportal: Jedes Kosmetikprodukt muss vor dem ersten Verkauf notifiziert werden. Ohne CPNP-Eintrag kein Verkauf in der EU.

Verantwortliche Person (Responsible Person)

Als Brandowner bist du gegenüber EU-Behörden die verantwortliche Person für die Konformität deines Produkts. Das bedeutet: Du haftest für die Vollständigkeit des PIF, die Sicherheitsbewertung und die CPNP-Notifizierung. Ein guter Lohnhersteller unterstützt dich dabei bei Bedarf.

MHD / PAO

Mindesthaltbarkeitsdatum (Pflicht unter 30 Monaten Haltbarkeit) oder PAO-Symbol (Period After Opening), das angibt, wie lange ein Produkt nach dem Öffnen verwendbar ist.



4. PRODUKTKATEGORIEN

WO DEIN PRODUKT STEHT

Kategorie entscheidet über **Regulatorik, Entwicklungsaufwand und Marktchancen**.

DIE WICHTIGSTE GRENZE: KOSMETIK VS. ARZNEIMITTEL

Kosmetische Produkte dürfen keine therapeutische Wirkung beanspruchen. „Lindert trockene Haut“ > Kosmetik. „Heilt Neurodermitis“ > Arzneimittel oder unzulässiger Claim. Die **Formulierung einer Aussage kann das gesamte Regulierungsregime verschieben**.

Kategorie	Charakteristik
Gesichtspflege	Seren, Cremes, Reinigung, Masken: meistgekauftes Segment, hohe Zahlungsbereitschaft
Körperpflege	Lotionen, Duschgele, Körperöle: breite Zielgruppe, hohe Wiederholungskaufquote
Haarpflege	Pomaden, Shampoos, Conditioner, Haarkuren: starke Nischenmöglichkeiten
Herrenpflege	Wachstumssegment: klar definierte Zielgruppe, oft unterversorgt
Spezialpflege	Problemhaut, Anti-Aging: höhere Komplexität, höhere Zahlungsbereitschaft



5. WARUM PRIVATE LABEL FUNKTIONIERT

Es ist keine Notlösung. Es ist die Entscheidung, **Ressourcen dort einzusetzen, wo sie wirken: in der Marke**. Ein eigenes Produktionslabor aufzubauen kostet vorsichtig kalkuliert einen siebenstelligen Betrag. Und der entscheidende Punkt: Produktionskompetenz ist nicht das, womit du als Brandowner gewinnst. Kein Konsument kauft bei dir, weil du einen Reaktor besitzt.

- ✓ Kein Kapital gebunden in Produktionsinfrastruktur
- ✓ Schneller Markteintritt ohne Aufbauzeit für eigene Kapazitäten
- ✓ Skalierbarkeit von kleinen Einstiegsmengen bis zur Serienproduktion
- ✓ GMP-konforme Qualitätssicherung ohne eigenen Aufbau
- ✓ Regulatorisches Know-how, Formulierungserfahrung und Rohstoffnetzwerk inklusive



6. GUT VORBEREITET INS ERSTE GESPRÄCH

Das erste Gespräch mit einem Lohnhersteller ist ein **Qualifizierungsgespräch in beide Richtungen**. Was du mitbringen solltest:

1

Eine Idee, was dein Produkt leisten soll, auch wenn sie noch unscharf ist.

2

Ein Bild deiner Zielgruppe. Wer kauft das, und warum?

3

Eine Preis- und Mengenvorstellung

4

Offene Fragen: je ehrlicher, desto besser

Sei vorsichtig, wenn ein Hersteller ...



sofort ein Angebot schickt, ohne dein Projekt verstanden zu haben



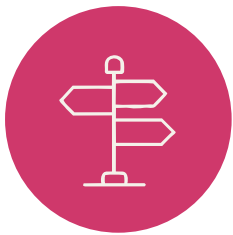
Entwicklungszeiten nennt, die unrealistisch kurz klingen



regulatorische Fragen abtut mit „das regeln wir dann“



kein GMP-Zertifikat vorzeigen kann



7. WAS ALS NÄCHSTES KOMMT

Private Label ist ein klar strukturiertes Modell für Startups wie für etablierte Marken. Der Schlüssel: **die richtigen Partner, realistische Erwartungen und ein klares Bild davon, was du willst.**

Kategorie	Guides
Tiefer in den Einstieg?	Guide 2: Private Label Cosmetics – Der Einstieg
Entwicklungsprozess verstehen?	Guide 3: Von der Idee bis zur fertigen Rezeptur
Fehler vermeiden?	Guide 4: Häufige Fehler bei der Produktentwicklung
D2C-Launch planen?	Guide 1: D2C-Kosmetik erfolgreich launchen

wfs cosmetics ist der auf Kosmetik spezialisierte Bereich der Wachsfabrik Segeberg GmbH. Wir entwickeln und produzieren **kosmetische Pflegeprodukte im Premium-Segment** und verstehen uns als **aktiver Entwicklungspartner**, nicht als verlängerte Werkbank.

LASS UNS ÜBER DEIN PROJEKT SPRECHEN.

Ob du gerade deine erste Produktidee entwickelst oder kurz vor dem Launch stehst: wir sind von Beginn an dabei. Ehrlich, verlässlich, auf Augenhöhe.

✉ anfragen@wfs-cosmetics.de