

DAYLONG: ERFOLG SEIT 25 JAHREN

1993 wurde Daylong™ 16 lanciert. Der neuartige Sonnenschutz auf liposomaler Basis machte es möglich, eine leichte Textur mit einer grossen Wasserfestigkeit zu verbinden. 2018, viele Meilensteine später, erzählt die Apothekerin Maria Neuhäusler, welche Faktoren zum Erfolg der Marktführerin beigetragen hat.



Die Apothekerin Maria Neuhäusler ist Mitglied der Geschäftsleitung und Leiterin Einkauf/Sortiment der Bahnhof Apotheke im Hauptbahnhof Zürich

Frau Neuhäusler: Wie hat sich das Sonnenschutzbewusstsein der Schweizer Bevölkerung seit 1993 gewandelt?

Es hat sich markant verändert. In meiner Jugend wollte man braun werden und legte sich stundenlang an die Sonne. Die Kampagnen der Krebsliga haben Wirkung gezeigt: Heute wissen die Leute, dass eine zu lange Sonnenexposition Hautkrebs verursachen kann, und sie schützen sich dementsprechend.

Wie hat sich die Kategorie «Sonnenschutz» in den letzten 25 Jahren entwickelt?

Sie ist explodiert! Anfangs hatten wir nur zwei, drei Produkte mit Lichtschutzfaktoren zwischen 6 und 11. Heute gibt bei den unzähligen Produkte kaum mehr eines mit einem LSF unter 20 zu finden. Für einen guten Sonnenschutz empfehlen wir Produkte ab LSF 30 aufwärts.

Welche Ansprüche stellen Sie als Apothekerin an einen guten Sonnenschutz?

Das Wichtigste: Der auf der Packung angegebene Schutz muss unbedingt gewährleistet sein. Fast ebenso wichtig ist die anwenderfreundliche Konsistenz und hohe Wasserfestigkeit eines Produktes. Sodann sollte die Packung dicht und möglichst mit einer Hand zu bedienen sein.

Das Sortiment eines Herstellers sollte zudem nicht nur Produkte mit unterschiedlichen Lichtschutzfaktoren enthalten, sondern auch solche, die auf die Anforderungen der verschiedenen Hauttypen abgestimmt sind sowie auch alle Altersstufen abdecken.

Was würden Sie als das Erfolgsgeheimnis von Daylong bezeichnen?

Die Konstanz spielt eine wichtige Rolle: Wir arbeiten mit Daylong schon seit der Lancierung ihrer ersten Produkte zusammen. Bemerkenswert ist auch die ständige und konsequente Weiterentwicklung der Produkte sowie die Erweiterung der Gamme; zudem wurden immer mehr willkommene Nischenprodukte angeboten.

Zum Erfolg beigetragen hat auch, dass auf die Wünsche der Kunden und von uns eingegangen wurde. Ebenso die Unterstützung des Verkaufs in Form von Werbung. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die gute Schulung der Apothekenteams durch den Aussendienst: Dies ist wichtig, damit das Team die Kundinnen und Kunden optimal beraten kann. Auch der unkomplizierte Kontakt zu einem sympathischen Aussendienst weiss eine Apotheke sehr zu schätzen.

Was wünschen Sie Daylong für die Zukunft?

Ich wünsche, dass die Marke auch in der neuen Firmenkonstellation ihre altbekannten Stärken weiterhin ausspielt: die gute Zusammenarbeit mit dem Fachhandel, die dem Fachhandel vorbehaltenen beratungsintensive Speziallinien, die hervorragende Lieferbereitschaft, die überaus kulante Retourenpolitik sowie die dank eigenem wissenschaftlichem Dienst schnelle und kompetente Auskunftsstelle bei Fragen rund um die Produkte. //

Galderma SA

1993 Mit der Markteinführung des ersten Daylong mit Sonnenschutzfaktor 16 beginnt die beispiellose Erfolgsstory der Daylong-Sonnenschutzprodukte

2003 Daylong belegt Platz 2 im Schweizer Sonnenschutz-Markt des Fachhandels.

2005 Daylong erhält den Schweizer Markenpreis «Brand Excellence Swiss Trophy» kurz B.E.S.T. genannt. Dieser Preis wird einmal pro Jahr an erfolgreiche Marken verliehen, welche Schweizer Werte pflegen und damit das Image der Schweiz aktiv und positiv mitgestalten.

2005 Mit einer grossen Menge Sonnenschutzprodukte beteiligt sich Daylong als offizieller Team-Ausrüster des weltberühmten Segelschiffes Alinghi.

2008 Nationale Partnerschaften von Daylong mit der Krebsliga und Swiss Ski.

2013 Neuer Markenauftritt von Daylong

2014 Einführung der heute sehr erfolgreichen Sensitive Linie

2016 Einführung der Daylong Face Linie

2017 84% der Schweizerinnen und Schweizer kennen Daylong¹

2018 Daylong feiert sein 25-jähriges Bestehen

Quelle

¹ Gestützte Markenbekanntheit. IPSOS 2017

Kontakt

Galderma SA
Baslerstrasse 60
8048 Zürich
Tel. 058 455 85 00
www.galderma.com
customerservice.zh@galderma.com

 GALDERMA