

WÄSCHEPFLEGE

# MARKEN LEHR BRIEF

# Wäschepflege

In Kooperation mit

  
Lenor

  
ARIEL

Lebensmittel **direkt**  
Zeitung

LERNWELT



## MEHR WISSEN, BESSER VERKAUFEN.

In der **LZ direkt Lernwelt** bündeln die LZ Medien ihre Weiterbildungsangebote (Digital, Print, Präsenz) für den Lebensmitteleinzelhandel. Praktisches Waren- und Verkaufswissen für Supermarktmitarbeiter – Kaufleute, Marktleiter und Warengruppenverantwortliche.

[lzdirekt-lernwelt.de](https://lzdirekt-lernwelt.de)

[training.lzdirekt.de](https://training.lzdirekt.de)



# EDITORIAL

## WILLKOMMEN IM MARKEN- LEHRBRIEF WÄSCHEPFLEGE

Diese Broschüre bietet Dir praktisches Warenwissen zum Thema Wäschepflege am Beispiel der Marken Lenor und Ariel. Aktuelle Marktdaten, Hintergrundinfos und Praxis-Tipps machen sie zum idealen Begleiter im Berufsalltag. Die beste Art und Weise, um Dein Grundlagenwissen zu vertiefen und mit Wissen zu punkten.

## WAS ERWARTET DICH?

Die Broschüre ist so aufgebaut, dass sie Dir auf kurzem Weg und mit viel Liebe zur Wissensvermittlung das Wichtigste zum Thema Wäschepflege, zu den entsprechenden Produkten im Handel sowie dem verkaufsfördernden Umgang mit ihnen präsentiert.



**NICOLE GROHMANN**  
HEAD OF LZ DIREKT  
LERNWELT

Jede der folgenden Doppelseiten enthält eine in sich abgeschlossene Information und zusätzlich eine Testfrage, mit der Du Dein Wissen noch einmal überprüfen kannst. Die dazugehörige Lösung findet sich auf der jeweils nächsten Seite. Der Testbogen am Schluss der Broschüre gibt Dir die Gelegenheit, das Gelernte unter Beweis zu stellen.

**Wichtig: Zu diesem Markenlehrbrief gibt es auch ein E-Training, das Dir Klick für Klick wertvolle Zusatzinfos zum Thema liefert.**

**Viel Spaß beim Entdecken und Lernen!**

Herzlich,  
Deine

Nicole Grohmann

# STEP-BY-STEP

# INHALT

## MARKTWISSEN

- 06 Trend zu müheloser Anwendung
- 08 Weiche Wäsche sorgt für ein Wohlgefühl

## WARENWISSEN

- 10 Es begann mit einem Handschlag
- 12 Funktionsweise von Waschmaschinen
- 14 Nachhaltigkeit wird immer wichtiger
- 16 Waschmittel
- 18 Spezialwaschmittel
- 20 Weichspüler und Wäscheparfüm
- 22 Auf die Dosierung kommt es an!

## POS-WISSEN

- 24 Platzierungsvorschläge nach Vertriebskanal
- 26 Mit Aktionen gepflegt abverkaufen
- 28 Perfekte Verpackung

## WISSEN PLUS

- 30 Rund um Wäsche
- 32 Erfolgreiche Marktführer

## WISSEN TO GO

- 33 Alles klar? Wissens-Check 1
- 34 Wissens-Check 2 & Lösung
- 35 Noch mehr Brainfood & Impressum



# WUSSTEST DU SCHON, ...



08

... dass Waschmittel und Weichspüler Standard in jedem Verbraucher- und Drogeriemarkt sind? Sie werden weitgehend in Selbstbedienung verkauft und sind alles andere als ein Nischensegment, sondern innerhalb der Kategorie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel (WPR) eine Warengruppe mit viel Potenzial, weil fast jeder Kunde im Markt regelmäßig diese Produkte erwirbt. Sie verdienen deshalb Deine besondere Aufmerksamkeit.

Dennoch das Sortiment „Wäschepflege“ bringt nur dann ein glänzendes Umsatzergebnis, wenn es sachkundig gefördert wird – durch eine zielgruppengerechte Sortimentsgestaltung, durch eine ansprechende Präsentation sowie spezielle verkaufsfördernde Aktivitäten. Wichtig sind sachkundige Verkäufer, die den Kunden bei Bedarf kompetent informieren und beraten können. Zumal sich die Produkte, ihre Zusammensetzung und ihre Wirkkraft ständig weiterentwickeln. Auch veränderte Gewohnheiten und Vorlieben der Verbraucher verlangen eine permanente Anpassung des Wissens.



16

Damit Du immer auf dem Laufenden bist, vermitteln Dir die folgenden Seiten alles Wesentliche: zur Struktur des Sortiments und zu den Leistungen der einzelnen Produkte, zum Waschen und zur weitergehenden Textilpflege.

Für einen besseren Lesefluss sprechen wir, wenn nicht anders möglich, in der männlichen Form. Wir meinen aber immer gleichermaßen alle Gender.

**Noch ein Tipp:** Klick Dich auch ins **E-Training**. Es liefert ergänzende Informationen für nachhaltiges Lernen. Für Deine erfolgreiche Teilnahme kannst Du Dir **am Kursende ein Zertifikat als Bestätigung** ausstellen lassen.

**Viel Spaß beim Lesen!**

**Dein Procter & Gamble-Team**



22

# TREND ZU MÜHELOSER ANWENDUNG

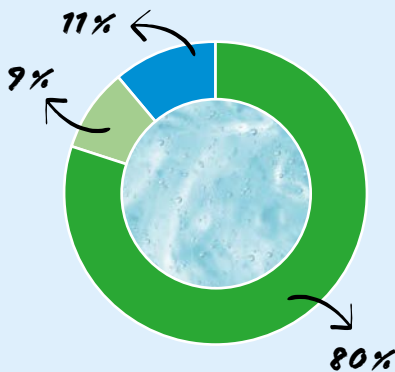


5,8 Milliarden Euro: So viel gaben die deutschen Verbraucher nach den Zahlen des Statistischen Bundesamtes 2023 für Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel – im Fachjargon WPR-Produkte – aus (Quelle: Statista Consumer Market Insights 2023, Jahre 2018 bis 2023 mit einer Prognose bis 2028). In diese Kategorie werden die Wäschepflegeprodukte wie Waschmittel, Weichspüler, Wäscheparfüm, Trocknertücher und Textilerfrischer gezählt, die mit einem Umsatzanteil von 45 Prozent das zweitgrößte WPR-Segment darstellen. Das Segment deckt eines der wichtigsten

Verbraucherbedürfnisse nach sauberer und gepflegter Kleidung ab und umfasst anzahlmäßig eine der breitesten Produktpaletten im Lebensmittelhandel überhaupt.

Wachstumstreiber sind die zunehmende Angebotsvielfalt und hier die steigenden Verkaufszahlen von bequem einsetzbaren, vorportionierten Kapseln („Flüssigtabs“). Der Trend zu mühelos anwendbaren, sogenannten Convenience-Produkten, die die Wäsche strahlend sauber machen, ist unverkennbar. Dabei stehen Produkte im Fokus, die den Kunden die Arbeit erleichtern beziehungsweise ihnen einen Zusatznutzen bieten. Zwar machen Flüssigwaschmittel und Gels 45 Prozent des Marktes aus und klassische Pulver stehen für 35 Prozent, doch wächst der Anteil von Flüssigtabs beständig und liegt bereits bei 20 Prozent (siehe Grafik auf Seite 7). Inzwischen sind Ariel Pods® aus dem Hause Procter & Gamble im deutschen Markt die zweitgrößte Markenform nach Persil Pulverwaschmittel des Herstellers Henkel (Quelle: IRI). Größter Absatzkanal für Wäschepflegemittel sind die Drogeriemärkte (rund 30 Prozent Marktanteil), gefolgt von dem Discounter (siehe Grafik rechts).

## WÄSCHEZUSÄTZE IN DEUTSCHLAND NACH SEGMENTEN



● Flüssigweichspüler ● Tücher ● Wäscheparfüm

Quelle: IRI Tradepanel Deutschland, bis einschließlich November 2023



## WÄSCHEPFLEGEPRODUKTE IN DEUTSCHLAND, NACH ABSATZKANAL

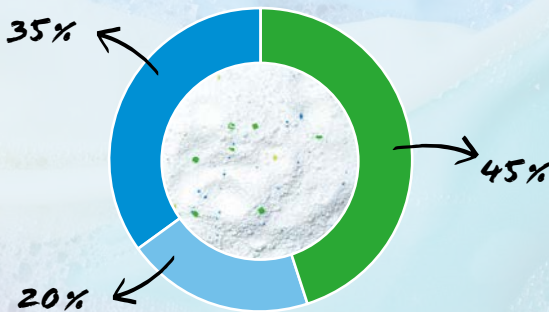
Angaben in Prozent



Quelle: IRI Tradepanel Deutschland, bis einschließlich Mai 2021, Rundungsdifferenz

## WÄSCHEPFLEGEPRODUKTE IN DEUTSCHLAND, NACH ANGEBOTSFORMEN

Umsatzanteile in Prozent



● Flüssig/Gel ● Flüssigtabs und Tabs ● Pulver/Kompakt

Quelle: IRI Tradepanel Deutschland, bis einschließlich Mai 2021

**AUSSER REICHWEITE VON KINDERN AUFBEWAHREN.**

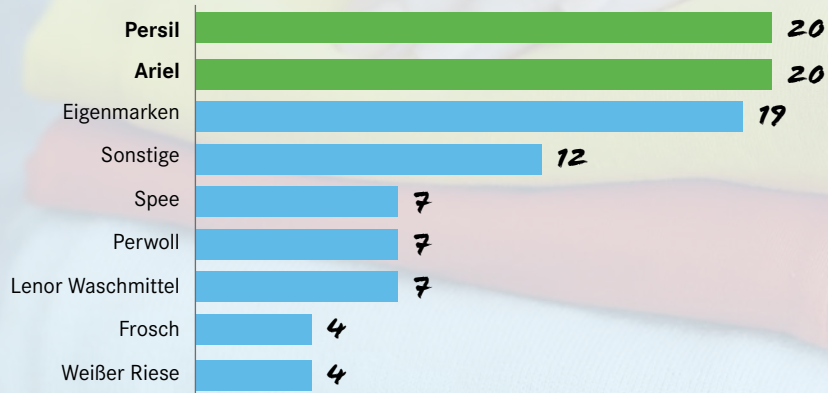


WELCHE ANGEBOTSFORM WIRD VERSTÄRKT NACHGEFRAGT?

- Pulver
- Flüssigtabs
- Gel

## WASCHMITTEL IN DEUTSCHLAND NACH MARKEN

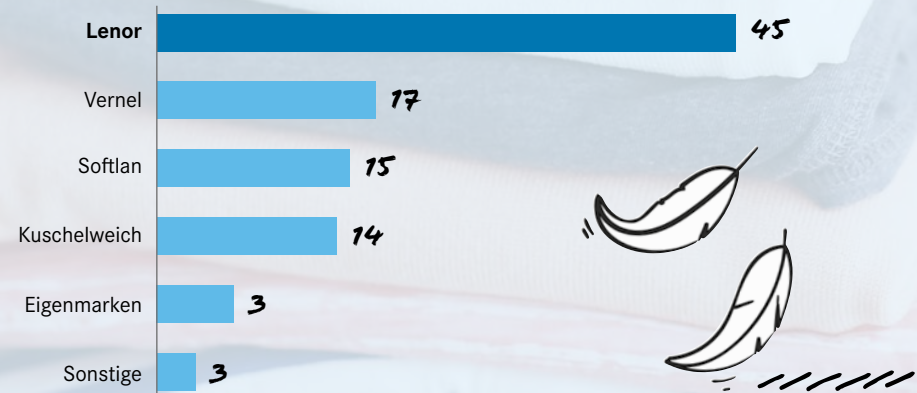
Angaben in Prozent



Quelle: IRI Tradepanel Deutschland, bis einschließlich November 2023

## FLÜSSIGWEICHPÜLER IN DEUTSCHLAND NACH MARKEN

Angaben in Prozent



Quelle: IRI Tradepanel Deutschland, bis einschließlich November 2023



### WELCHE ANGEBOOTSFORM WIRD VERSTÄRKT NACHGEFRAGT?

Flüssigtabs

# WEICHE WÄSCHE SORGT FÜR EIN WOHLGEFÜHL

Auch die für Weichspüler bekannte Marke Lenor treibt mit ihrer Submarke Lenor Waschmittel das Wachstum in der Kategorie Wäschepflege und hält 7 Prozent am Gesamtumsatz des Waschmittelmarktes.

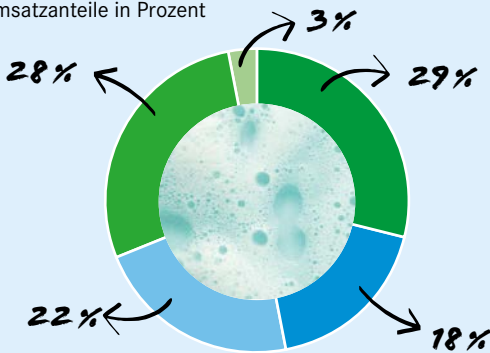
## WELLNESS IST TREND

Die Verbraucher nutzen immer mehr Wäschezusätze, auch wenn insgesamt weniger

Weichspüler benutzt werden. Größter Absatzkanal für Weichspüler ist der Discounter mit 29 Prozent Umsatzanteil, gefolgt von den Verbrauchermärkten mit 28 Prozent. Seit Anfang 2016 ist außerdem eine steigende Nachfrage nach Wäsche-parfüm zu beobachten. Das Segment ist so mit einem Umsatzanteil von 11 Prozent ein wichtiger Bestandteil der Kategorie der Wäschezusätze (siehe Grafik auf Seite 6).

## WEICHPÜLER NACH ABSATZKANÄLEN

Umsatzanteile in Prozent



- Discount
- SB-Drogeriemärkte
- Supermärkte
- Verbrauchermärkte
- Restliche

Quelle: IRI Tradepanel Deutschland, bis einschließlich Mai 2021



### WIE ENTWICKELT SICH DER ABSATZ VON WÄSCHEZUSÄTZEN?

- Stagniert
- Sinkt
- Steigt

# ES BEGANN MIT EINEM HANDSCHLAG



Die Geschichte von P&G begann 1837 mit einem Handschlag zwischen zwei Männern: William Procter und James Gamble. Als Partner machten sie sich mit ihrem Seifen- und Kerzengeschäft schnell einen Namen und begannen damit eine Geschichte des stetigen Wachstums. 1966 erschien Ariel mit dem Slogan „Ariel zum Reinweichen“ erstmals auf dem deutschen Markt. 1968 folgt nach ausgiebigen Tests das erste Vollwaschmittel. Mit ihm tauchte auch „Klementine“ im deutschen Fernsehen auf – für die folgenden 18 Jahre wurde sie mit ihrer weißen Latzhose und dem Slogan „nicht nur sauber, sondern porentief rein“ zur Werbeikone und Waschexpertin der Nation.

Procter & Gamble. Schnell hielt er Einzug in die deutschen Haushalte. Seit mehr als 40 Jahren ist Lenor bereits Marktführer. Schon 2015 wurden in Deutschland erstmals mehr als 100 Millionen Flaschen verkauft, dies entspricht neun Flaschen pro Sekunde.

2011 brachte die Marke ihr erstes Vollwaschmittel auf den Markt und gründete 2016 die Kategorie Wäscheperfum. Dies macht die Lenor Kollektion heute komplett und bietet die Möglichkeit, die gesamte Wäscheroutine entweder mit dem gleichen Duft durchzuführen oder aber auch Düfte zu mischen – für lang anhaltende Frische.

## ARIEL UND LENOR

Seit den 1970er-Jahren gibt es Ariel für die Hauptwäsche bis 60 Grad. Später wurden Waschpulver mit multifunktionalen Inhaltsstoffen (Ariel Futur/ Futur Color) sowie Nachfüllpacks und Dosiervorrichtungen entwickelt. Lenor kam 1963 in die deutschen Supermarktregale, als erster Weichspüler von



*DER BEGINN EINER ERFOLGSGESCHICHTE.*



**WIE ENTWICKELT SICH DER ABSATZ VON WÄSCHEZUSÄTZEN?**

Steigt



**GO  
ONLINE**



Waschmittel sind eine große Hilfe im Haushalt: Erst diese Produkte in der richtigen Dosierung machen die Wäsche wirklich sauber. Meistens genügt dafür der Einsatz eines Universal- oder Colorwaschmittels, doch je nach Verschmutzungsgrad und Fasermaterial sollten Spezialwaschmittel (zum Beispiel für Wolle) oder zusätzliche Hilfsmittel (zum Beispiel Fleckenentferner) genutzt werden. Mehr zur richtigen Dosierung auf Seite 22.

Dabei ist wasserlöslicher Schmutz wie Zucker und Bier völlig unproblematisch. Knifflig wird es, wenn nicht wasserlösliche Verschmutzungen entfernt werden sollen, wie zum Beispiel Kaffee, Tee, Fruchtsaft, Rotwein oder Spinat. Besonders dann ist das ganze Spektrum moderner Waschmittel gefragt.

Jede textile Faser verlangt nach einer bestimmten Behandlung bei der Wäsche. Je empfindlicher das Material ist, desto wichtiger ist die Wahl des richtigen Waschprogramms, der Temperatur und des Waschmittels. Bei den heute häufig anzutreffenden Textilien aus Fasermischgeweben und Membrantextilien ist jeweils die empfindlichste Faser für die Wäschesortierung ausschlaggebend. Dies ist in den Pflegekennzeichen – sofern vorhanden – berücksichtigt. Früher wurden Textilien nur aus Naturfasern hergestellt.



## NICHT WASSERLÖSLICHE SCHMUTZARTEN



### Nicht wasserlöslich, aber auswaschbar:

**Pigmente (Farbstoffe):** Staub, Erde, Gras

**Fett:** Hautfett, Speiseöl, Schmalz, Mineralöl

**Eiweiß:** Blut, Ei, Milch

**Kohlenhydrate:** Fertiggerichte, Babybrei

### nicht auswaschbar:

**aber bleichbar:** Obst, Rotwein, Tee,  
Gemüse, Kaffee

**nur in der chemischen Reinigung  
zu entfernen:** Teer, Farben, Lacke



### WELCHE SCHMUTZART ERFORDERT ZWINGEND DEN EINSATZ EINES WASCHMITTELS?

- Wasserlöslicher Schmutz
- Nicht wasserlöslicher und farbiger Schmutz
- Einzig und allein nicht wasserlöslicher Schmutz

# FUNKTIONSWEISE VON WASCHMASCHINEN



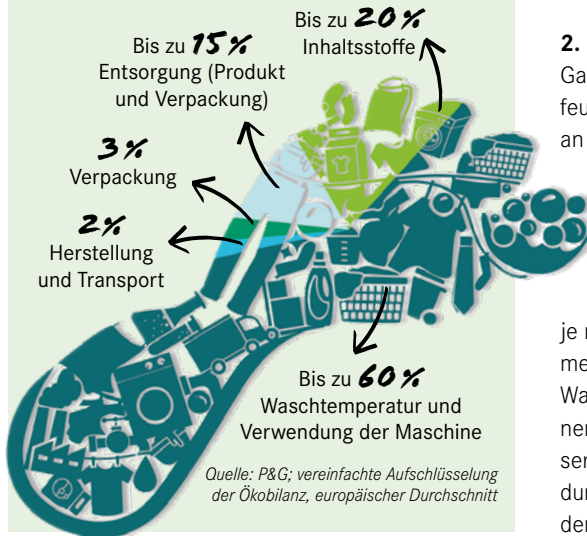
Beim Wäschewaschen in der Maschine sind zwei Schläuche ganz entscheidend: der Zulaufschlauch und der Ablaufschlauch. Ersterer beginnt seinen Job, wenn die Waschma-

schine mit Kleidung befüllt und ein Programm gewählt wird. Danach läuft frisches Wasser aus einem Anschluss in die Waschmaschine. Bei Flüssigwaschmitteln und Pods® wird die Dosierung direkt in der Trommel empfohlen. Die Pods® sollten unter der Wäsche platziert sein, bevor der Waschgang gestartet wird.



## CO<sub>2</sub>-ABDRUCK DES WÄSCHEWASCHENS

Das Erhitzen der Waschtemperatur in der Waschmaschine hat den größten Einfluss auf den CO<sub>2</sub>-Abdruck beim Wäschewaschen.



**1.** Die Waschtrommel aus Edelstahl, in der die Kleidung liegt, hat kleine Löcher im Edelstahl. Durch sie dringt das Laugenwasser von unten in die Trommel und macht die schmutzige Kleidung nass.

**2.** Ein Motor an der Rückwand dreht das Ganze, damit alles gut gemischt und durchfeuchtet wird. Die sogenannten Mitnehmer an der Innenwand der Trommel helfen dabei. Das sind die länglichen Abschnitte in der Struktur, die man fühlen kann, wenn man die Wäsche herausholt.

**3.** Nun starten – je nach Programm – mehrere Phasen des Waschganges, bei denen das dreckige Wasser jeweils abgesaugt und durch den Ablaufschlauch in den Abfluss geführt wird.



### WELCHE SCHMUTZART ERFORDERT ZWINGEND DEN EINSATZ EINES WASCHMITTELS?

- ✓ Nicht wasserlöslicher und farbiger Schmutz



## SO WIRD WÄSCHE SAUBER

Grob zusammengefasst besteht eine Maschine aus diesen wichtigen Komponenten:



### SPÜLFACH:

Darin befinden sich verschiedene Fächer für Waschmittel und Weichspüler.

### LAUGENBEHÄLTER:

Er befindet sich um die Waschtrommel herum, und durch ihn gelangt das Wasser, gemischt mit dem Waschmittel, in die Trommel.

### WASCHTROMMEL:

Darin wird die Wäsche gewaschen.

### PUMPE:

Sie saugt das Wasser ab. Dieses gelangt zuvor aus der Wasserleitung durch das Waschmittelfach und den Laugenbehälter in die Waschtrommel.

### ZULAUF-SCHLAUCH & ABLAUF-SCHLAUCH:

Sie führen das Wasser zu beziehungsweise ab.

### MOTOR:

Er dreht die Waschtrommel.

### THERMOSTAT BEZIEHUNGSWEISE HEIZSTÄBE:

Sie wärmen das Wasser auf.



## WÄSCHEWASCHEN: DIE VIER WICHTIGEN FAKTOREN

Bei der Frage „Wie funktioniert eine Waschmaschine?“ geht es aber nicht nur um den technischen Teil, sondern auch darum, wovon die Waschleistung eigentlich abhängt. Hier spielen vier Faktoren die Hauptrolle:

1. WASHMITTEL

2. ZEIT (WASCHDAUER)

3. TEMPERATUR

4. MECHANIK

Ändert man einen dieser Faktoren, muss der Anteil eines der anderen entsprechend erhöht werden. Ein Beispiel: Reduziert man die Temperatur und wählt einen kürzeren Waschgang, um Textilien zu schonen sowie Energie zu sparen, wird die Leistungsfähigkeit des Waschmittels umso wichtiger.



### WAS MACHEN TENSIDE?

- Sie haften sich mit dem unpolaren Teil an den Schmutz an
- Sie lösen den Schmutz aus der Textilfaser
- Sie haften sich mit dem polaren Teil an den Schmutz an

# NACHHALTIGKEIT WIRD IMMER WICHTIGER

Nachhaltige Produkte stehen immer mehr im Verbraucherkfokus. Die Kunden erwarten, dass die Hersteller Verantwortung bei der Produktion ihrer Ware übernehmen: vom Rohstoff bis zur Entsorgung beziehungsweise der Wiederverwertung von Verpackungsmaterialien.

Zudem sollen die Wäschepflegeprodukte umweltverträglich und leistungsstark sein. Als weltweit einer der Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit entwickelt die Firma Procter & Gamble Markenprodukte, die eine bessere Leistung bei einem geringeren ökologischen Fußabdruck – also in kälterem Wasser – bieten und dadurch den Ressourcenverbrauch reduzieren. Mit Marken wie Ariel und Lenor arbeitet das Unternehmen gezielt darauf hin, den Kunststoffanteil in seinen Verpackungen zu reduzieren. Im Rahmen seiner „Ambition 2030“ strebt P&G an, den Einsatz von Neukunststoffen bis 2030 um 50 Prozent zu verringern. Die europäische Wäschepflegesparte hat sich darüber hinaus verpflichtet, bis 2025 den Einsatz von Kunststoffen um 30 Prozent zu reduzieren. Zum Umweltschutz tragen auch Ariel Pods® bei. Pro Waschladung brauchen sie nach Herstellerangaben 50 Prozent weniger Verpackung als Pulverwaschmittel und 20 Prozent weniger als Flüssigwaschmittel.



## FÜR DIE UMWELT

Die größten Auswirkungen auf den ökologischen Fußabdruck hat allerdings die Anwendungsphase der Produkte in der Maschine. Wenn Waschmittel bereits bei niedrigen Temperaturen ihre Wirkung entfalten, können Verbraucher die Umwelt besonders entlasten und gleichzeitig Geld sparen. Wenn Verbraucher ihre Wäsche bei 30 statt bei 40 Grad waschen, sparen sie bis zu 38 Prozent Strom und damit auch CO<sub>2</sub>-Emissionen.



### WAS MACHEN TENSIDE?

- ✓ Sie haften sich mit dem unpolaren Teil an den Schmutz an
- ✓ Sie lösen den Schmutz aus der Textilfaser



## EINHEITLICHE REGELN DER EU

Damit Verbraucher immer genau wissen, welche Inhaltsstoffe Wasch- und Reinigungsmittel enthalten und wie sie sich optimal dosieren lassen, gibt es seit 2005 EU-weit einheitliche Regelungen: Für alle Wasch- und Reinigungsmittel gelten zum Beispiel einheitliche Vorgaben zur Angabe der Inhaltsstoffe, des Inverkehrbringers und zur Dosieranleitung. Darüber hinaus finden Verbraucher unter einer auf jedem Produkt aufzuführenden Internetadresse detaillierte Informationen zur jeweiligen Produktrezeptur – dies interessiert insbesondere Allergiker.

Um einen sparsameren Umgang mit Waschmitteln zu erreichen, machen einheitliche und leicht verständliche Symbole für Verschmutzungsgrade und Wasserhärtebereiche das Dosieren leichter. Damit Käufer auf einen Blick die Ergiebigkeit von Waschmitteln erkennen können, zeigt ein Symbol – Wäschekorb mit Zahl – auf der Packungsvorderseite an, wie viele Waschmaschinenfüllungen mit dem Produkt gewaschen werden können (beispielsweise bei Universalwaschmittel: normal verschmutzte Wäsche, Wasserhärtebereich 2).

**Eco-Programm** | Das Eco-Programm bei einer Waschmaschine läuft drei Stunden oder mehr. Dennoch verbraucht die Waschmaschine dabei weniger Strom und Wasser als bei einem gewöhnlichen Programm. Der Grund: Die Maschine kommt im Sparprogramm mit niedrigeren Temperaturen aus und das Wasser wird langsamer erhitzt. Um damit die gleiche Reinigungsleistung zu erzielen, muss allerdings auch länger gewaschen werden.



## SIEGEL FÜR NACHHALTIGES WASCHEN UND REINIGEN

### A.I.S.E.

Der europäische Wasch- und Reinigungsmittelverband A.I.S.E. hat 2005 die „Initiative Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ eingeführt, der Unternehmen nach einer externen Zertifizierung beitreten können. Die zu erfüllenden Vorgaben gehen weit über gesetzliche Standards hinaus. Produkte, die von Mitgliedsfirmen der Initiative hergestellt werden, sind am

Logo zu erkennen.



### ERWEITERTES LOGO

Seit Juli 2010 gibt es weitere Kriterien, die speziell entwickelt wurden, um einen hohen Nachhaltigkeitsstandard von Produkten aufzuzeigen. Produkte, die diesen Standard erfüllen, tragen das erweiterte Logo.



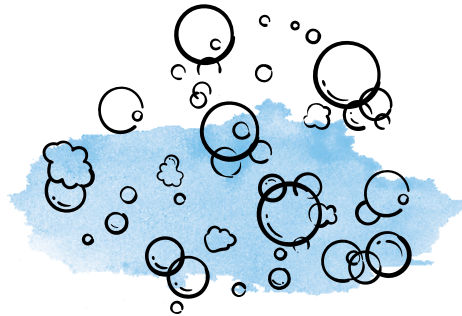
Mehr dazu erfährst Du auf [www.cleanright.eu](http://www.cleanright.eu)



### WAS ENTLASTET BEIM WASCHEN DIE UMWELT BESONDERS?

- Niedrige Waschtemperatur
- Hohe Waschtemperatur
- Maschine immer nur halb befüllen

# WASCHMITTEL



Die Gruppe der **Alltagswaschmittel** umfasst **Vollwaschmittel, Universalwaschmittel und Colorwaschmittel**. Bei besonderen Anforderungen (beispielsweise Krankheitskeimen in der Wäsche) sind Temperaturen ab 60 Grad notwendig. Hygienespüler und hochwertiges Waschmittel wie Ariel & Lenor machen die Wäsche aber auch schon bei niedrigen Temperaturen hygienisch rein. Oft reichen schon 30 Grad.

/// **Das klassische Pulverwaschmittel** (Vollwaschmittel, Colorwaschmittel) wird in Pulverform angeboten. Dabei wurden die heutigen Produkte immer weiterentwickelt. Der technologische Fortschritt erlaubt es, mit weniger Pulver zu waschen. Somit wird die Umwelt geschont.

/// **Flüssigwaschmittel** (Universalwaschmittel, Colorwaschmittel) erzielen ihre

## WELCHES WASCHMITTEL IST DAS RICHTIGE?

check!



REINWEISS

VOLLWASCHMITTEL-  
PULVER



WEISS-BUNT

UNIVERSALWASCHMITTEL  
FLÜSSIG ODER FLÜSSIGTABS



BUNT UND SCHWARZ

COLORWASCHMITTEL  
FLÜSSIG ODER FLÜSSIGTABS



ENTHÄLT BLEICHE

IDEAL FÜR  
KEINE BAUMWOLLE



ENTHALTEN  
KEINE BLEICHE

IDEAL FÜR SYNTHETISCHE  
FASERN UND MISCHGEWEBE



### WAS ENTLASTET BEIM WASCHEN DIE UMWELT BESONDERS?

- ✓ Niedrige Wascht Temperatur



Wirkung schon bei 30 Grad und werden besonders gut mit fettartigem Schmutz fertig. Die Produkte sind einfach zu dosieren. Flüssige und gelförmige Waschmittel enthalten keine Bleiche, da diese sich nicht in flüssiger Form stabil einbinden lässt.

/// **Colorwaschmittel** entwickeln ohne optische Aufheller und Bleiche ihre hohe Waschkraft und schützen Farben vor dem Verblässen. Gleichzeitig wirken sie der Farbübertragung entgegen, sodass unterschiedliche Farben zusammen gewaschen werden können. Die jüngste Generation in der Waschmittel-Familie sind die **Pods®**, wie zum Beispiel die Ariel Waschmittel All-in-1 Pods® Universal/Color. In den vier Kammern dieser

**vordorsierten Waschmittel** befinden sich unterschiedliche Wirkstoffe, die erst in der Maschine zusammenkommen und ihre volle Waschkraft entfalten – und das bereits bei Temperaturen ab 30 Grad. Weiße oder bunte Baumwollwäsche, synthetische Stoffe oder Mischgewebe werden so optimal sauber. Die kleinen Kraftpakete schonen dazu auch noch die Umwelt.



**AB WELCHER TEMPERATUR ENTFALTEN VOLLWASCHMITTEL IHRE WIRKUNG?**

- 20 Grad
- 30 Grad
- 40 Grad

# SPEZIALWASCHMITTEL



Die Familie der Spezialwaschmittel bietet Produkte, die in ihrer Wirkung besonders auf bestimmte Fasern und/oder Anwendungsbereiche abgestimmt sind. Spezialwaschmittel (Pulver oder flüssig) mit Ausnahme der Gardinenwaschmittel und der Variante für weiße Feinwäsche enthalten weder Bleichmittel noch optische Aufheller.

/// **Waschmittel für Sport- und Funktionstextilien** erhalten Membranfunktionen der Kleidungsstücke wie Atmungsaktivität oder Wind- und Wetterschutz.

Ihre Frischeformel befreit wirksam von unangenehmen Gerüchen und hinterlässt einen angenehm frischen Duft.

/// **Repair-Waschmittel** enthalten Enzyme, die gegen Fusseln und Knötchen (Pilling) wirken und der Entstehung von Pilling vorbeugen. Die Kleidung wird gepflegt und geglättet, sodass sie länger wie neu aussieht.

/// **Wollwaschmittel** sind auf die Eigenschaften der Wollfaser abgestimmt. Sie reinigen und pflegen zugleich. Ein dichtes Schaumpolster schützt die Wollfaser und wirkt dem Verfilzen entgegen – auch in der Waschmaschine. Wollwaschmittel beziehungsweise Feinwaschmittel eignen



**FLÜSSIGWASCHMITTEL SOLLTE IN DER BEFÜLLTEN DOSIERKAPPE AUF DIE WÄSCHE DIREKT IN DIE WASCHTROMMEL GEBEN WERDEN.**



**AB WELCHER TEMPERATUR ENTFALTEN VOLLWASCHMITTEL IHRE WIRKUNG?**

✓ 30 Grad

**GEMEINSCHAFTSARBEIT: SPEZIALWASCHMITTEL KÖNNEN FÜR UNTERSCHIEDLICHE ZWECKE EINGESETZT WERDEN.**



### **FLECKENTIPPS FÜR DEINE KUNDEN**

Ausreichend flüssiges Waschmittel direkt auf den Butter-, Speiseöl- oder Fettfleck geben, um diesen vollständig zu bedecken. Die im Waschmittel enthaltenen Tenside können alles Fettige aus Textilien entfernen. Darum eignet es sich hervorragend für Flecken und Essensreste.



Anschließend das Kleidungsstück laut Pflegehinweisen ganz normal in der Maschine waschen.

sich nicht nur für Wolle, sondern auch für Seide und alles Feine sowie für Daunen.

/// **Waschkraftverstärker** unterstützen gezielt die Leistung des Waschmittels, wenn es nicht stark genug ist, und werden vor oder während der Wäsche verwendet. Fleckensalz, flüssige und sprayförmige Bleichmittel verstärken die Wirkung der Waschmittel speziell bei bleichbaren Verschmutzungen.

/// Spezielle **Fleckensprays** sind ideal zur Vorbehandlung von fetthaltigen Verschmutzungen, zum Beispiel an Kragen oder Manschetten, sowie zur Entfernung hartnäckiger fetthaltiger Flecken. Neuer-

dings werden auch Sprays angeboten, die hartnäckige Deo- und Schweißflecken entfernen sowie zur Vorbehandlung von Rostflecken geeignet sind. Pastenförmige Waschkraftverstärker – meist in Tuben mit aufgesetzter Bürste angeboten – sind ideal als Handwaschmittel beispielsweise auf Reisen.

/// Mit **Farbfang-Tüchern** können unterschiedlich farbige Textilien zusammen gewaschen werden. Die Tücher schützen vor dem Verfärben und Vergrauen, indem Farbstoffe, die während des Waschvorgangs austreten, von den besonders saugfähigen Tüchern angezogen und festgehalten werden.



#### **WOMIT SOLLTE MAN EINE DAUNENJACKE WASCHEN?**

- Wollwaschmittel
- Feinwaschmittel
- Handwaschmittel



# WEICHPÜLER UND WÄSCHEPARFÜM



## WIE DAS DUFTET!

Schon seit 1963 ist Lenor in Deutschland Vorreiter in puncto weicher Wäsche, denn damals wurde der erste Weichspüler in die Supermarktregale gebracht. Mittlerweile ist Lenor seit mehr als 40 Jahren die beliebteste Weichspülermarke und erweitert stets seine Produktpalette. So finden sich bei Lenor heute auch Waschmittel sowie Wäscheparfüms in unterschiedlichsten Duftrichtungen. Der Lieblingsduft in Kombination mit den einzelnen Waschprodukten sorgt für eine lang anhaltende Entfaltung.



### WOMIT SOLLTE MAN EINE DAUNENJACKE WASCHEN?

- Wollwaschmittel



Frisch gewaschene Textilien sind sauber und duften angenehm. Viele Verbraucher wünschen sich jedoch mehr: beispielsweise noch länger anhaltenden Duft, zusätzliche Pflege des Stoffes, Formerhalt oder Erleichterung beim Bügeln. Dabei helfen Weichspüler. Sie sind in sehr vielen Haushalten eine Selbstverständlichkeit und verzeichnen eine steigende Nachfrage. Weichspüler machen Textilien hautsympathisch weich, wirken antistatisch und sorgen für einen lang anhaltenden, angenehmen Duft. Die Wäsche knittert zudem weniger, was das Bügeln erleichtert.

Weichspüler stärken die Fasern, was dazu führt, dass die Kleidung ihre originale Form beibehält und das Verblässen der Farben sowie Fusselbildung reduziert werden. Innovative Weichspüler, die im letzten Spülgang hinzugefügt werden, bieten neben Weichheit aufgrund der enthaltenen Duftöle eine besondere Frische für die Kleidung. Die Kombination aus Waschmittel, Weichspüler und Wäscheparfüm im gleichen Duft sorgen für die größtmögliche Frische, Pflege und Weichheit.

## LANG ANHALTENDE FRISCHE

Wäscheparfüms bestehen aus Parfümpörlen, die zu Beginn des Waschganges in

*DER LENOR DUFT HÄLT ZUM BEISPIEL BEI DER BETTWÄSCHE BIS ZU EINER WOCHE LANG AN. DURCH WIEDERKEHRENDES WASCHEN MIT DEM PASSENDEN WEICHSPIÜLER KANN DER EFFEKT VERLÄNGERT WERDEN.*



die Trommel gegeben werden und ein Duft-erlebnis von lang anhaltender Frische ermöglichen. Während des Trocknervorgangs verschwinden durch den warmen Luftstrom jegliche Duftstoffe von Weichspüler oder Wäscheparfüm, da die Duftstoffe nicht hitzebeständig sind. Daher wurden Trockner-tücher entwickelt, die den Duft im Trocknervorgang wie Weichspüler um die Fasern legen und für Frische, Weichheit und Schutz vor elektrostatischer Aufladung nach dem Trocknen sorgen. Zudem reduzieren sie die Faltenbildung während des Trocknervorgangs in der Maschine.



### WORAUS BESTEHT WÄSCHEPARFÜM?

- Waschbarer Flakon
- Parfümleinen
- Parfümpörlen

# AUF DIE DOSIERUNG KOMMT ES AN!

Grundsätzlich ermöglichen hochwirksame Rezepturen heutiger Waschmittel eine niedrige Waschmitteldosierung, wodurch der Chemikalieneintrag in die Gewässer verringert wird. Die richtige Dosierung hängt von mehreren Faktoren ab:

/// **Wasserhärte:** Weiches Wasser erfordert weniger Waschmittel, hartes Wasser mehr. Bei korrekter Dosierung ist kein zusätzlicher Wasserenthärter erforderlich.

/// **Verschmutzungsgrad:** Je schmutziger die Wäsche, desto höher ist der Waschmittelbedarf.

/// **Füllmenge:** Bei voller Beladung benötigt man mehr Waschmittel als bei einer nur halb gefüllten Trommel. Die meisten Waschmaschinen haben heute ein Fassungsvermögen von sechs bis neun Kilogramm. Entsprechende Angaben zur Dosierung sind in der Dosiertabelle genannt.

Um die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen, muss ausreichend Wasser und Platz vorhanden sein, damit sich das Waschmittel auflösen kann und die Wäsche ordentlich darin bewegt wird. Ist der Raum zwischen der Oberseite der Trommel und der Wäsche geringer als eine Handbreit, ist die Maschi-



## UNTERDOSIERUNG

Während Maschinen über die Jahre größer wurden, wurde die Dosierung in den Haushalten nicht ausreichend erhöht. Das belegt, wie wichtig es ist, Konsumenten zu zeigen, wie man richtig dosiert.



### WORAUS BESTEHT WÄSCHEPARFÜM?

✓ Parfümperlen

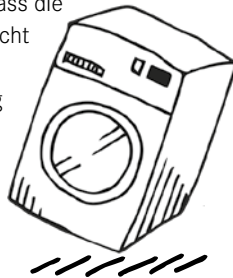


ne wahrscheinlich zu voll. Durch überlegtes Vorgehen ist es ganz einfach, beim Waschen den eigenen Geldbeutel und gleichzeitig die Umwelt zu schonen. Am besten beachtet man dabei die Herstellerangaben auf der Verpackung. Nachhaltiges Waschen bedeutet aber auch, ein leistungsfähiges Waschmittel zu verwenden, das schon mit kaltem Wasser reinwäscht.

## GRÖßER, ABER OFT NICHT VOLL

Während 1970 das durchschnittliche Fassungsvermögen einer Waschmaschine noch 4,5 Kilogramm betrug, liegt der Schnitt heute bei sieben Kilo (Quelle: Öko-Institut e.V., Produkt-Nachhaltigkeitsanalyse von Waschmaschinen und Waschprozessen, 2004). Einige Maschinen fassen sogar bis zu zwölf Kilogramm. Paradoxe Weise werden die Haushalte aber kleiner. Große Wäschetrommeln sind beim Kauf nicht nur teurer, sondern führen auch dazu, dass die Waschmaschine häufig nicht ganz voll mit Wäsche ist. Das ist vor allem in Bezug auf das Thema Nachhaltigkeit ein Problem.

Quelle: Umweltbundesamt.de



## PFLEGESYMBOLS IN TEXTILIEN

check!



**Waschen:** Maschinenwäsche möglich



**Schonwaschgang:** Die Zahl gibt die Maximalwaschtemperatur an



**Wollwaschgang:** Die Zahl gibt die Maximalwaschtemperatur an



**Bügeln:** Ein-, Zwei-, Dreipunkteinstellung



**Bleichen:** Chlor- und Sauerstoffbleiche möglich



**Chemische Reinigung:** Buchstabe im Kreis = dieses Lösungsmittel ist anwendbar



**Trocknergeeignet:** (= Trockner) Anzahl der Punkte zeigt Temperaturstufe an



**Handwäsche:** Nicht in der Maschine waschen

Siehe auch [www.ariel.de](http://www.ariel.de)



### WANN MUSS MEHR WASCHMITTEL EINGESETZT WERDEN?


- Bei hartem Wasser
- Bei weichem Wasser
- Die Dosierung bleibt immer gleich

# PLATZIERUNGSVORSCHLÄGE NACH VERTRIEBSKANAL





Um dem Verbraucher eine möglichst leichte Orientierung zu geben, empfiehlt sich die Umsetzung der folgenden Platzierungsregeln, die sich an den jeweiligen Vertriebskanälen ausrichten.

## GENERELLE EMPFEHLUNGEN






-  Es empfiehlt sich, klare Blöcke für die Kategorien zu bilden. Für Waschmittel gilt: Sortierung nach Form (vordosierte Waschmittel, Flüssigwaschmittel, Pulver). Produktgruppen sollten zusammen platziert werden, Weichspüler als klar abgegrenzter Bereich in deutlichen Markenblöcken. Sinnvoll ist es außerdem, verschiedene Gebindegrößen innerhalb des jeweiligen Markenblocks zusammen zu gruppieren. Wäscheparfüm als Block neben/ oberhalb von Weichspüler auf dem oberen Regalboden platzieren.

## SUPERMÄRKTE


-  Aufteilung: circa 70 Prozent Waschmittel, 20 Prozent Weichspüler, 10 Prozent Waschhilfsmittel (siehe Grafik).
-  Vordosierte Waschmittel als Wachstumstreiber der Kategorie auf Augenhöhe

platzieren. Pulverkleingebinde darüber, Flüssigwaschmittel darunter. Größere Gebinde aufgrund des Gewichtes auf dem untersten Boden.

## GROSSVERBRAUCHERMÄRKTE

-  Aufteilung: circa 70 Prozent Waschmittel, 20 Prozent Weichspüler, 10 Prozent Waschhilfsmittel.
-  **Wäschepflege**  
Vertikale Formblöcke empfohlen (vordosierte Waschmittel, Flüssigwaschmittel, Pulver).
-  Produktgruppen idealerweise als horizontaler Block.
-  Klein- und Großgebinde separieren.
-  **Weichspüler/Wäscheparfüm**  
Reihenfolge von oben nach unten: Ankermarke oben, günstigste Produkte unten.

## DROGERIEMÄRKTE

-  Aufteilung: circa 60 Prozent Waschmittel, 20 Prozent Weichspüler, 20 Prozent Waschhilfsmittel inklusive Textilerfrischer,



### WANN MUSS MEHR WASCHMITTEL EINGESETZT WERDEN?

-  Bei hartem Wasser

OK!

## WÄSCHEPFLEGE, PLATZIERUNGSEMPFEHLUNG SUPERMARKT

1 WASCHMITTEL (70 %)		WEICHPÜLEN (20 %)	WASCHHILFSMITTEL (10 %)
Vordosiert		Wäscheparfum + Weichpflegetücher	<b>Subkategorien</b> Bleichmittel/ Fleckentferner Wäschehygiene Waschlifstücher Wasserenthärter Textilfarbe Waschmaschinenreiniger Stärken/Steifen Entfärber
Performance A-Marken	Pulver		
	3 Ökoprodukte Eigenmarke Öko		
	2 Flüssig/Gel	4 Weichspüler	Waschhilfsmittel

### KUNDENLAUF

1. Klare Trennung von Subkategorien: Waschmittel, Weichspüler und Waschhilfsmittel im jeweiligen Block platziert.
2. Form vor Markenplatzierung: horizontale Formblöcke mit Erhalt der vertikalen Markenblöcke wo möglich, überproportionale Regalanteile der vordosierten Waschmittel.
3. Ökoprodukte innerhalb eines klar erkennbaren Blockes über die verschiedenen Formen hinweg platzieren.
4. Lenor Weichspüler als bei den Konsumenten besonders beliebte Marke (siehe Seite 8) am Regalanfang positionieren und mit dualer Größenplatzierung: mindestens drei Duftvarianten von einer Größe, dann zusätzliche Großgröße.

Waschmaschinenpflege und Spezialwaschmittel. Vordosierte Waschmittel als Wachstumstreiber der Kategorie, wie auch in den Super- und Verbrauchermärkten, auf Augenhöhe platzieren. Pulverkleingebinde darüber, Flüssigwaschmittel darunter.



### WIE SOLLTEN IN EINEM SUPERMARKT WEICHPÜLER PLATZIERT WERDEN?

- Als klar abgegrenzter Bereich in Markenblöcken
- Auf dem oberen Regalboden
- Im Formblock bei den Flüssigtabs

# MIT AKTIONEN GEPFLEGT ABVERKAUFEN

Waschmittel werden selten, dafür sehr oft geplant gekauft. Deshalb solltest Du sie regelmäßig mit Aktionen bewerben, um den Abverkauf zu erhöhen:



✓ Lenke die Aufmerksamkeit Deiner Kunden mit Rabattaktionen auf Waschmittel und Co. Bestelle dafür im Voraus ausreichend Ware. Waschmittel verderben nicht und werden immer in jedem Haushalt gebraucht. Daher nutzen die Kunden solche Angebote gerne, um sich zu bevorraten.

✓ Plane für die Aktion auf jeden Fall ausreichend Platz ein. Zum einen benötigen Waschmittel aufgrund der Verpackungsgrößen ausreichend Platz. Zum anderen brauchst Du genug Fläche für die zusätzlichen Aktionsartikel.

✓ Gewinne mit aufmerksamkeitsstarken Zweitplatzierungen das Interesse Deiner Kunden. Denn mit attraktiven Zweitplatzierungen verkaufst Du deutlich mehr Ware. Nutze hierfür am besten das von den Herstellern bereitgestellte Werbematerial.

✓ Positioniere die Sonderplatzierungen an stark frequentierten Stellen. Die beste Aktion hat keinen Erfolg, wenn der Kunde sie nicht findet. Stelle die



## WIE SOLLTEN IN EINEM SUPERMARKT WEICHPÜLER PLATZIERT WERDEN?

✓ Als klar abgegrenzter Bereich in Markenblöcken



# BUSINESS

Waren an viel frequentierten Regalköpfen und Mittelgängen auf – am besten in Laufrichtung.



Biete Deinen Kunden Informationen rund um das Thema Waschen an. So sorgt beispielsweise eine „Fleck-weg-Woche“ mit Informationen zu Wäschepflege und zur spezifischen Wirkweise der verschiedenen Produkte für Aufmerksamkeit und erhöhte Umsätze.



**Zweitplatzierung** | Neben der laufenden Belegung von Regalfläche wird besonders für Produkte, die sich durch einen Impulskauf auszeichnen, am Point of Sale eine zweite Regalfläche belegt.

Quelle: [www.wirtschaftslexikon.gabler.de](http://www.wirtschaftslexikon.gabler.de)



## TIPPS FÜR DEINE KUNDEN

Schon beim Kauf sollte auf das Gewebe des Stoffes geachtet werden. Je lockerer dieses verarbeitet ist, desto anfälliger ist der Stoff für Fusselbildung.



Das Kleidungsstück auf links drehen oder für empfindliche Wäsche einen verschleißbaren Wäschesack nutzen. So wird verhindert, dass das Stück beim Schleudervorgang an anderen Stoffen reibt.



Das Kleidungsstück auf leichter Stufe waschen. Waschpulver, die scheuernd auf Stoffe wirken, sollten vermieden werden.



Baumwolle oder Strick mit anderen weichen Stoffen zusammen waschen. Raue Stoffe, wie zum Beispiel Jeans, sollten in einer separaten Ladung gewaschen werden.



Weichspüler umhüllt die Fasern während der Wäsche. Das reduziert die Reibung und hilft gegen Fusselbildung.



Auch wenn das Pflegeetikett sagt, dass es für den Trockner geeignet ist, ist zu überlegen, ob das Kleidungsstück stattdessen zum Trocknen aufgehängt werden kann. Der Trocknervorgang kann zum Einlaufen der Kleidung führen.



### WAS WIRD MIT EINER ZWEITPLATZIERUNG ERREICHT?

- Mehr Aufmerksamkeit für ein Produkt
- Weniger Aufmerksamkeit für ein Produkt
- Weniger Platz im Regal

# PERFEKTE VERPACKUNG



Überzeugend ist nicht nur die Leistung der einzelnen Wasch-, Spül- und Reinigungsmittel, sondern auch deren Verpackung. Exakt abgestimmt auf das Produkt erfüllt sie sämtliche Gebrauchsanforderungen.

## MATERIALIEN

Kartonverpackungen beispielsweise sind üblich für Pulver und Tabs. Flüssige Produkte werden heute überwiegend in leicht recycelbaren und anwendungsfreundlichen Plastikflaschen angeboten, Tuben sind besonders geeignet für Gele & Flüssigwaschmittel. Nachfüllpackungen bestehen meist aus Folienbeuteln. Umweltverträglichkeit ist ein wesentliches Kriterium moderner Ver-

packungen von Markenartikeln. Die Verpackungen der Markenhersteller sind häufig bereits recycelbar und werden aus ökologisch unbedenklichen Grundstoffen hergestellt. Unter anderem verarbeitet man Altpapier zu Hartpackungen. Die Kartons sind so klein und leicht wie möglich. Je kompakter der Inhalt, desto kleiner und dünnwandiger kann die Umhüllung sein.

## ZWECKMÄSSIGKEIT

Gute Verpackungen lassen sich sicher verschließen und zeichnen sich durch viele weitere Eigenschaften aus: So lässt sich beispielsweise der Inhalt einfach entnehmen und bequem dosieren. Schädigende äußere Einflüsse wie Feuchtigkeit, Schmutz und Bakterien werden ferngehalten. Und nicht zuletzt hat die Verpackung die Aufgabe, über Produkt und Anwendung zu informieren. Auch den Vorstellungen des Handels müssen die Packungen gerecht werden und ohne Flächenverlust ins Regal passen, stapelbar und werbewirksam sein.



**WÄSCHEPFLEGEPRODUKTE GIBT ES IN DER JEWEILS PASSENDEN VERPACKUNGSFORM.**



### HALTBARKEIT VON WASCHMITTEL

Waschmittel sind bei kühler und trockener Lagerung mehrere Jahre haltbar. Sie unterliegen keinem Mindesthaltbarkeitsdatum, wie das beispielsweise bei Lebensmitteln gesetzlich vorgeschrieben ist. Flüssige Waschmittel und Weichspüler sollten jedoch nicht bei extrem niedrigen oder extrem hohen Temperaturen (wie Frost oder starke Hitze) gelagert werden.



#### WAS WIRD MIT EINER ZWEITPLATZIERUNG ERREICHT?

- ✓ Mehr Aufmerksamkeit für ein Produkt

**WELCHE AUFGABE HAT DIE PRODUKTVERPACKUNG?**

- Leichte Dosierbarkeit
- Schutz vor Feuchtigkeit, Schmutz und Bakterien
- Verbraucherinformation



**GUT ZU  
WISSEN!**  
RUND UM WÄSCHE



**WELCHE AUFGABE HAT DIE PRODUKTVERPACKUNG?**

- Leichte Dosierbarkeit
- Schutz vor Feuchtigkeit, Schmutz und Bakterien
- Verbraucherinformation

## GUT FÜR DIE UMWELT



Wenn Du Deine Wäsche seltener wäschst und die Waschmaschine gut füllst, dann hilfst Du aktiv mit, Wasser und Energie zu sparen. Netter Nebeneffekt: Eine gut gefüllte Waschmaschine verhindert starke mechanische Reibung, die die Fasern beschädigen kann. Übrigens lässt sich dieses Risiko noch weiter minimieren, wenn Du Deine Kleidung vor dem Waschgang einmal umdrehst.



## Innovation & Funktion



Waschmittel wurde in den letzten Jahren ständig weiterentwickelt. Oft reichen deshalb schon niedrige Temperaturen zum Waschen aus und es muss kein zusätzliches Mittel zur Fleckenentfernung eingesetzt werden. Selbst bei hartnäckigen Flecken kann es oft schon ausreichen, zu einem guten Waschmittel zu greifen. Für einen langanhaltenden Lieblingsduft können Wäscheparfüm und Weichspüler eingesetzt werden. Diese lassen sich je nach gewünschter Duftintensität dosieren.

## Weitere Tipps für duftende Wäsche



Hänge die Kleidung direkt nach dem Waschen auf.

An sonnigen Tagen lohnt sich das Trocknen im Freien, denn die frische Luft und die Wärme der Sonne verleihen einen Extra-Frischekick.

Reinige die Waschmaschine, indem Du regelmäßig die Flusen aus dem Sieb entfernst und die Gummidichtung abwischst. Dadurch können weitere Keime entfernt werden.

Noch mehr Duft verleihen Trocknertücher. Sie hinterlassen nicht nur ein reines Gefühl, sondern umhüllen Textilien auch mit lang anhaltender Frische.

**GO  
ONLINE**



## Gefahrenpiktogramme auf einen Blick

Auf mögliche Gefahren bei der Produktanwendung weisen Gefahrenpiktogramme hin. Waren früher orangefarbene Symbole bekannt, so wurde zum 1. Juni 2015 ein neues Kennzeichnungssystem in der Europäischen Union eingeführt.



*Take care of yourself*



### WAS MACHEN TROCKNERTÜCHER?

- Sie umhüllen Textilien mit lang anhaltender Frische
- Sie trocknen Textilien
- Sie umhüllen Textilien mit extra Farbstoff

# ERFOLGREICHE MARKTFÜHRER



MEHR ZUM UNTERNEHMEN:  
[HTTPS://DE.PG.COM](https://de.pg.com)

WWW

Procter & Gamble bietet Markenprodukte und Dienstleistungen von höchster Qualität, die das Leben von Verbrauchern weltweit verbessern. Als Ergebnis belohnen die Verbraucher das Unternehmen mit marktführenden Verkaufszahlen, Gewinnen und Wertschöpfung. Seit Generationen vertrauen die Menschen den Marken von Procter & Gamble, die in Millionen von Wohnzimmern, Küchen, Waschküchen und Badezimmern stehen.

Im Laufe der mehr als 180-jährigen Unternehmensgeschichte ist das Geschäft

gewachsen und hat sich gewandelt – Ziele, Werte und Grundsätze bleiben jedoch bestehen und werden an die nächsten Generationen Procter & Gamble-Mitarbeiter weitergegeben.

Die außergewöhnlichen Ereignisse der letzten Jahre haben deutlich gemacht, dass Marken und Unternehmen eine Verantwortung für die Gesellschaft und die Welt haben. Procter & Gamble ist deshalb fest entschlossen, mit Herz zu führen und mehr für Kinder, den Planeten und ein besseres Miteinander zu tun.



## WAS MACHEN TROCKNERTÜCHER?

- ✓ Sie umhüllen Textilien mit lang anhaltender Frische

HIER  
UMKNICKEN!  
LÖSUNG AUF  
DER NÄCHSTEN  
SEITE.



## ALLES KLAR? WISSENS-CHECK 1

Mehrfachantworten sind möglich!

### WAS VERSTEHT MAN IM FACHJARGON DES LEBENSMITTELHANDELS UNTER „WPR“?

- Die Kategorie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
- Eine weihnachtliche Preisreduzierung
- Ein Klassiker der heißen Theke mit Wurst, Pellkartoffeln und Radieschen

### WELCHER ABSATZKANAL ERZIELT MIT WÄSCHEPFLEGEPRODUKTEN DEN HÖCHSTEN UMSATZ?

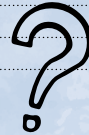
- C&C-Märkte
- Discount
- Onlinehandel

### WIE HOCH IST IN DEUTSCHLAND DER UMSATZ MIT WASCH-, PFLEGE- UND REINIGUNGSPRODUKTEN?

- Mehr als 5 Millionen Euro
- Mehr als 500 Millionen Euro
- Mehr als 5 Milliarden Euro

### WAS GIBT AUFSCHLUSS DARÜBER, WIE EIN TEXTIL GEWASCHEN WERDEN SOLL?

- Pflegeetikett
- Pflegebrief
- Kassenbon



### WAS GEHÖRT ZU DEN HAUPTBESTANDTEILEN VON WASCHMITTELN?

- Tenside
- Bleichmittel
- Duftstoffe

### WIE VIEL ENERGIE KANN GESPART WERDEN, WENN MAN MIT 30°C STATT MIT 40°C WÄSCHT?

- 35 Prozent
- 38 Prozent
- 28 Prozent



HIER  
UMKNICKEN!  
LÖSUNG AUF  
DER NÄCHSTEN  
SEITE.



## ALLES KLAR? WISSENS-CHECK 2



Mehrfachantworten sind möglich!

### WORAUS BESTEHEN HEUTIGE TEXTILIEN ÜBERWIEGEND?

- Mischgewebe .....
- Reine Baumwolle .....
- Reine Seide .....

### WELCHES PRODUKT EIGNET SICH BESONDERS FÜR SCHWARZE WÄSCHE?

- Wollwaschmittel .....
- Colorwaschmittel .....
- Waschkraftverstärker .....

### WAS VERURSACHT EINE UNTERDOSIERUNG AN WASCHMITTEL?

- Fleckenreste auf der Wäsche .....
- Wäsche vergraut mit der Zeit .....
- Es bilden sich Fettrückstände im Gewebe, sogenannte „Fettläuse“ .....

### WOFÜR SORGT WÄSCHEPARFÜM?

- Lang anhaltende Frische .....
- Schutz vor elektrostatischer Aufladung .....
- Schutz vor Fusselbildung .....

### WAS GEHÖRT ZU WASCHHILFSMITTELN?

- Bleichmittel .....
- Textilfarbe .....
- Weichspüler .....

### WAS GIBT DAS SYMBOL BESTEHEND AUS WÄSCHEKORB MIT ZAHL AUF DER VERPACKUNG AN?

- Wie viele Waschmaschinenfüllungen mit dem Produkt  
gewaschen werden können .....
- Wie hoch der Wasserhärtegrad sein muss, um das Produkt  
verwenden zu können .....
- Wie oft ein Kleidungsstück mit dem Produkt höchstens  
gewaschen werden darf .....

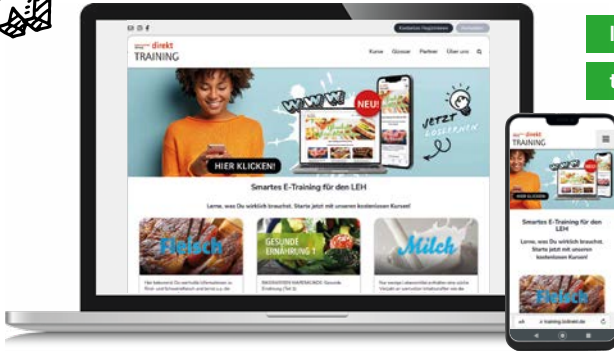
# NOCH MEHR BRAINFOOD!

... GIBT ES IN DER  
LZ DIREKT LERNWELT

In unserem Shop [Izdirekt-lernwelt.de](http://Izdirekt-lernwelt.de) findest Du noch viel mehr Wissen in gedruckter Form:

- /// Die kompletten Markenlehrbrief-Boxen mit allen aktuellen Markenlehrbriefen
- /// Nützliche Basis- und Prüfungstrainer
- /// Eine Auswahl an interessanten Fachbüchern und Nachschlagewerken

Das E-Learning-Portal [training.Izdirekt.de](http://training.Izdirekt.de) für Mitarbeitende im Lebensmitteleinzelhandel ist mit kompakten E-Trainings inklusive Abschlusszertifikaten die perfekte, flexible und interaktive Ergänzung zu den Markenlehrbriefen. Hier kannst Du jederzeit **kostenlos und ohne Registrierung** Dein Wissen auffrischen: egal ob am PC, Tablet oder Smartphone.



[Izdirekt-lernwelt.de](http://Izdirekt-lernwelt.de)  
[training.Izdirekt.de](http://training.Izdirekt.de)

## IMPRESSUM

3. VOLLSTÄNDIG  
ÜBERARBEITETE  
AUFLAGE 2024

**Ein Markenlehrbrief der**  
LZ direkt Lernwelt, Deutscher Fachverlag GmbH  
Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main

**Head of LZ direkt Lernwelt:** Nicole Grohmann

**Creative Direction LZ direkt Lernwelt:**  
Anke Couturier

**Redaktion:** Fabienne Leonard

**Grafische Gestaltung:** Nathalie Ganteführ

**In Zusammenarbeit mit**  
Procter & Gamble Service GmbH  
Sulzbacher Straße 40–50  
65824 Schwalbach am Taunus  
[de.pg.com](http://de.pg.com)  
[www.pampers.de](http://www.pampers.de)

## Bestellservice und Auslieferung

Herold Fulfillment GmbH, Daimlerstraße 14,  
85748 Garching  
Tel. +49 89 613871-71, Fax +49 89 613871-79  
[lernwelt@herold-fulfillment.de](mailto:lernwelt@herold-fulfillment.de), [www.Izdirekt-lernwelt.de](http://www.Izdirekt-lernwelt.de)

## BILDNACHWEIS

**AdobeStock** (S. 1, 7: Bowonpat; 3, 11, 12, 25, 27, 31, 34: dinvector; 3, 4, 7, 10, 18, 21, 26, 34: Iesichkadesign; 4, 6, 15, 23, 25, 27, 28: Nika Art; 5, 17: kerkezz; 7: Ivan; 8: Africa Studio; 8, 16: Gwens graphic studio; 9: Andrii Zastrozhnov; 13: Pixel-Shot; 15: Matthew; 19: ksena32; 20: Dragana Gordic; 23: daphnusia; 26: Krakenimages; 27: weekic; 29: stokkete; 30: StockPhotoPro; 31: moodmusician; 31, 32: Pugun & Photo Studio; 31: timonko; 36: Izzetgutmen); **iStock-photo** (S. 2, 32, 35, 36: Frank Ramspott; 2: Julia bluecinema; 3, 17, 18, 27, 29: Ollustrator; 4: Natalia Machula; 5, 22: Christian Horz; 5, 6: nautiluz56; 6, 10, 28: LokFung; 6: Vera Chitavea; 7, 11, 13, 15, 24, 25, 27, 33, 35: ulimi; 11: people-images; 12, 13, 17, 18, 27, 29, 33: DragonTiger; 16, 23: Akiko Makii; 16: Natasha Machula; 16, 31: Natasha Pankina; 18, 20, 23: Ayami Nakazawa; 19: gradyreese; 21: Olga Nikiforova; 23: Tarzhanova; 33, 34: Unchalee Khunchaturus); **Nathalie Ganteführ** (S. 16); **Procter & Gamble** (S. 7, 10, 12, 15, 21, 28, 31, 32); **Shutterstock** (S. 35: bqmgeng; Intellson); **sustainable-cleaning** (S. 31)

## **MARKENLEHRBRIEF**

EIN PRODUKT DER LZ DIREKT LERNWELT

# **MEHR WISSEN, BESSER VERKAUFEN!**

### **LZ direkt Lernwelt**

Deutscher Fachverlag GmbH  
Mainzer Landstraße 251  
60326 Frankfurt am Main

[lzdirekt-lernwelt.de](http://lzdirekt-lernwelt.de)

[training.lzdirekt.de](http://training.lzdirekt.de)

