

Für den sensiblen Mann

Diesen Artikel können auch Frauen lesen. Ja, meine Damen, wir Männer sind sensible Wesen. Jedenfalls, wenn es um unsere Gesichtshaut geht. Mögen Sie wirklich Kerle mit Bart? Ist nicht ein glatt rasierter Mann viel schöner anzusehen als mit dem ganzen Sauerkraut im Gesicht?

Bis ein Mann namens King Camp Gillette 1895 die Einwegrasierklinge erfand, war das Entfernen des Gesichtshaars oft eine blutige Angelegenheit mit einem scharfen Rasiermesser, das andauernd nachgeschärft werden musste. 1903 ging Gilletts Rasierklinge in Produktion. Rasierhobel hieß das Teil, in das die Klinge eingelegt wurde. Auch damit gab es viele Möglichkeiten, sich zu verletzen. Da sahen morgens viele Männer oft so aus, als hätten sie Frühspor mit ihrer Katze getrieben. Inzwischen hat sich sehr viel verändert. Gillette steckte und steckt Millionen in Forschung und Entwicklung. Der Autor dieses Beitrages kann für sich in Anspruch nehmen, Zeitzeuge der Entwicklung seit rund 55 Jahren zu sein, als er die ersten Barthaare nicht cool, sondern als lästig empfand. Mit dem besagten Rasierhobel ging es los.

1971 hieß das neue Modell GII, klang wie ein Düsenjäger, und hatte zwei fest im Rasierkopf verankerte Klingen. Ab 1990 federte der Rasierkopf, was die Rasur erleichterte. 1998 reichten zwei Klingen nicht mehr aus, eine dritte kam hinzu. MACH3 hieß jetzt das Teil. Die nochmals verbesserte Version MACH3turbo erschien 2003. Nur ein Jahr später heißt es beim Rasieren, frei nach dem Song der Beach Boys, „Good Vibrations“. Der M3Power funktioniert Batterieverstärkt. Mit leisem Summen geht's ab jetzt über die Bartstoppeln. Da der ewige Konkurrent von Gillette, Wilkinson, seinen Rasierkopf auf vier Klingen aufrüstete, ließ sich Gillette nicht lange lumpen und brachte 2006 den Fusion und den Fusion Power (mit Batterie) auf den Markt, der jetzt über fünf Klingen verfügte, plus einer auf der Rückseite zum Trimmen beispielsweise von Koteletten.



Der damalige Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit gab im September 2006 im Gillette-Werk in Tempelhof den Startschuss zur Markteinführung des Fusion in Deutsch-

land. Mehr Klingen gab es danach nicht, aber Weiterentwicklungen, die die Rasur immer angenehmer machten. Gillette Fusion5 ProGlide und Proshield Flexball Power, heißen die aktuellen Modelle.

Was kommt nun, fragt man sich, daran gewöhnt, dass den Forschern bei Gillette immer wieder etwas Neues einfällt.



An derselben Stelle, an der Klaus Wowereit 2006 den Fusion vorstellte, präsentierte die Gillette-Crew dem heutigen Regierenden Bürgermeister Michael Müller und Bezirksbürgermeisterin Angelika Schöttler den „SkinGuard“.



An Ort und Stelle konnte man den neuen Rasierer sofort ausprobieren, was unser Kollege Peter Mertin hier zumindest andeutet. Was ist nun das Besondere am SkinGuard? Zuerst Verwunderung. Nur noch zwei Klingen, keine Batterie, keine Vibration. Ein Rückschritt? Nein, versichern die Entwickler. Denn der SkinGuard ist der erste Rasierer, der speziell für Männer mit empfindlicher Haut und Hautirritationen entwickelt wurde. Der SkinGuard befindet sich zum Schutz der Haut zwischen den Klingen. „Einem Ziehen und Reißen der Haare wird durch das leichte Anheben der Klingen vorgebeugt, wodurch Hautirritationen und eingewachsene Haare vermieden werden.“ Auf der Rückseite befindet sich wieder ein Präzisionstrimmer für schwer erreichbare Stellen und zum Stylen im Gesicht.

Der Selbstversuch

Heute Morgen habe ich natürlich den SkinGuard ausprobiert und muss sagen, sehr zufrieden zu sein. Er liegt gut in der Hand und ist wegen der fehlenden

Batterie, die den Rumpf zwangsläufig vergrößert, schmaler. Er gleitet zügig über die Bartstoppeln, und wenn man es nicht wüsste, glaubte man nicht, dass sich zwei Klingen im Rasierkopf befinden. Nach dem ersten Ausprobieren also eine Eins Plus.



Was allerdings wesentlich zum hautschonenden Erfolg einer Rasur beiträgt, ist der Rasierschaum. Natürlich hat Gillette dazu einen passenden Schaum bzw. ein Gel entwickelt. Ich nutze seit vielen Jahren den

sensitive Rasierschaum von Nivea und werde das aus Gewohnheit und weil ich immer damit zufrieden war, weithin tun. Besonders wichtig ist die Behandlung der Haut nach der Rasur. Es hat wenig Sinn, sich mit sensitive Schaum und Rasierern zu behandeln, wenn man sich anschließend ein scharfes Rasierwasser ins Gesicht reibt. Dann kommen sie wieder ans Tageslicht, die roten Flecken. Geheimtipp, der meiner Gesichtshaut seit vielen Jahrzehnten guttut: Nivea-Creme, die klassische. Besser geht's nicht. Noch eine gute Nachricht nach dieser Produktinformation. Wenn man mit seinem Fusion zufrieden ist und die Haut keine Probleme anzeigt, braucht man nicht zwangsläufig auf den SkinGuard umsteigen. Man kann die vorhandenen Rasierklingen getrost aufbrauchen. Wenn dann jedoch eine Neuanschaffung ins Haus steht, wäre der SkinGuard eine Option. Er kostet knappe zwölf Euro einschließlich zwei Klingen.

Der wirtschaftliche Aspekt für Berlin

Jean-Gabriel Duveau, der Marketingleiter von Gillette, wies auf weitere Besonderheiten des neuen Rasierers hin, nicht nur, dass das technologische Konzept von SkinGuard „die schärfsten Rasierklingen der Welt“ in sich trägt, sondern dass das Produkt in Berlin hergestellt wird. SkinGuard ist getreu dem neuen Werbemotto von Gillette „Made in Berlin“, genauer gesagt, „Made in Tempelhof.“

Wie bekannt, gehört Gillette seit 2005 zum US-Konzern Procter & Gamble. Nach der Vorstellung des neuen Rasierers bestand die Möglichkeit zu einer Werksbesichtigung in Tempelhof. Anschließend sagte Michael Müller, selbst bekennender Nutzer von Gillette Rasierern: „Ich freue mich, dass Procter und Gamble mit der Entscheidung, seine neue Produktlinie SkinGuard im Tempelhofer Gillette-Werk fertigen zu lassen, eine Vielzahl von qualifizierten Arbeitsplätzen sichert. Diese Entscheidung ist eine gute

Grundlage für eine erfolgreiche Zukunft des gesamten Berliner Standortes.“



Foto: Michael Müller und Angelika Schöttler beim Werksrundgang.

Angelika Schöttler gab nach dem Rundgang die Perspektive für den Bezirk wieder: „Ich bin stolz, dass wir im Bezirk Tempelhof-Schöneberg auch zukünftig die Produktionsstätte für GillettePremiumprodukte haben werden. P&G ist ein hervorragendes Beispiel dafür, wie ein Unternehmen konstruktiv und erfolgreich an seiner Wettbewerbsfähigkeit arbeitet und in jeder Hinsicht fit ist für zukünftige Herausforderungen. Mich freut besonders, dass wir hier eine integrierte Strategie präsentiert bekommen haben, die auch Start-UpKooperationen und die gezielte Ausbildung von Mitarbeiter/innen berücksichtigt.“



Auch der Werksleiter Stefan Brünner äußerte sich: „Wir freuen uns über die bestätigenden Einschätzungen der Bürgermeister nach ihrem Besuch im Werk. Wie im konstruktiv verhandelten Zukunftstarifvertrag aus dem vergangenen Jahr vereinbart, investiert Gillette in Innovation und Zukunftsfähigkeit der Produktion und des Teams. Heute konnten wir besichtigen, wie in Tempelhof die einzigartige Präzisionsqualität 'Made in Berlin' entsteht, mit dem wir als Berliner Team zum internationalen Erfolg der Marke Gillette beitragen. Berliner Start-Up-Kooperationen und unser Ausbildungsprogramm Richtung Industrie 4.0 helfen uns dabei, diese Stärke und unsere Marktposition auszubauen - auch im verschärften Wettbewerb und im beschleunigten digitalen Wandel der

industriellen Produktion. Gillette setzt auf Hightech in und aus Berlin."

Und zum Schluss ein Blick in die Geschichte.

Gillette produziert seit mehr als 80 Jahren in Berlin-Tempelhof. Das Team im Werk repräsentiert 14 Nationalitäten und stellt mit seine einzigartigen Expertise und innovativer, integrierter Fertigungstechnologie die weltweit schärfsten Klingen für die Premium-Rasierer von Gillette her: Fusion, Venus, Mach3 Start und jetzt auch SkinGuard. Gillette investiert in den kommenden Jahren weiter in die Ausstattung des Berliner Werks, die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter und in digitale Kooperationen mit Berliner Start-Ups.

Über Gillette

Seit über 110 Jahren liefert Gillette Präzisionstechnologie und konkurrenzlose Produktleistung - die Lebensqualität von über 750 Millionen Männern auf der ganzen Welt wird verbessert. Von Rasierern und Körperpflege bis hin zu Hautpflege bietet Gillette weltweit eine große Auswahl an Produkten, darunter Rasierer, Rasiergel (Gele, Schäume und Cremes), Hautpflege und Aftershave.

Über Procter & Gamble

Procter & Gamble (P&G) bietet Verbrauchern auf der ganzen Welt eines der stärksten Portfolios mit qualitativ hochwertigen und führenden Marken wie zum Beispiel Always, Ariel, Bounty, Fairy, Febreze, Head&Shoulders, Lenor, Oral-B, Pampers und Wick. P&G ist weltweit in 70 Ländern tätig.

Die Gründerväter

King Camp Gillette (1855-1932) war ein amerikanischer Erfinder, der für die Erfindung der Einwegrasierklinge bekannt ist. King Gillette war viele Jahre als Handelsreisender unterwegs. Im Alter von 40 Jahren war es ein spontaner Einfall bei der morgendlichen Rasur: Er skizzierte einen Rasierhobel mit einer Klinge, die man nicht zu schleifen brauchte. Dabei verwendete er ein dünnes Stück Stahl, das auf beiden Seiten geschliffen ist und einmal gewendet werden kann, um es anschließend wegzuerwerfen und ein Neues zu kaufen. Gillette hatte sich einen Wegwerfartikel des täglichen Gebrauchs ausgedacht. Es dauerte noch weitere sechs Jahre, bis er 1901 einen Partner gefunden hatte, der in der Lage war, die von ihm erdachten Rasierklingen herzustellen. Im selben Jahr gründete er The Gillette Company, die im Jahr 1903 die Produktion aufnahm. Im ersten Jahr wurden 168 Klingen verkauft, im Jahr darauf waren es bereits rund 90.000 Rasierer sowie 123.000 Klingen. 1917 gab die US-Regierung mit einer Bestellung von 36 Millionen Rasierklingen für die im Ersten Welt-

krieg kämpfenden US-Soldaten dem Unternehmen Auftrieb.

The Gillette Company war ein multinationales Unternehmen mit Sitz in Boston im US-Bundesstaat Massachusetts. Die Gesellschaft produzierte Rasierapparate, elektrische Geräte (Braun), Zahnpflegeprodukte (Oral-B) und Batterien (Duracell, Daimon). Im Bereich von Rasierzubehör war das Unternehmen und ihre Marke Weltmarktführer. Das Unternehmen Gillette, das 2004 nach Schätzungen einen Umsatz von 10,3 Milliarden US-Dollar und dabei einen Gewinn von 2,3 Milliarden US-Dollar erwirtschaftet hatte, beschäftigte im selben Zeitraum weltweit etwa 29.000 Mitarbeiter. Am 1. Oktober 2005 wurde Gillette von Procter & Gamble übernommen, als Marke jedoch weitergeführt. In Deutschland gründete Otto Roth 1913 in Berlin-Tempelhof die Otto Roth Spezialfabrik für Rasier-Apparate, Rasierklingen, Abziehmaschinen, aus der später die Gillette Roth-Büchner GmbH und 1973 die Gillette Deutschland GmbH wurde. Die Verwaltungs- und Produktionsstätten befinden sich noch heute am ursprünglichen Standort in der Oberlandstraße in Tempelhof.

Procter & Gamble wurde 1837 von zwei Auswanderern aus dem Vereinigten Königreich Großbritannien und Irland in den Vereinigten Staaten von Amerika gegründet. Namentlich waren dies der englische Kerzenzieher William Procter (1801-1884) und sein Schwager, der irische Seifensieder James Gamble (1803-1891). Das Unternehmen hat sich seit seiner Gründung unter anderem durch Entwicklungen im Konsumgütermarkt einen Namen gemacht und hat immer wieder neue Wege im Marketing beschritten. Besonderes Kennzeichen ist das ausschließlich an den einzelnen Marken orientierte Marketing, während der Konzern und sein Name meist im Hintergrund bleiben. Procter & Gamble gilt daher auch als Pionier des Markenmanagements. Die konsequente Nutzung der Fernsehwerbung und besonders in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts der Radiowerbung geht ebenfalls auf P&G zurück. Unter anderem basiert auch der Begriff Seifenoper auf der Kommunikationsstrategie von P&G, ab den 1930er Jahren Radioshows zu sponsern bzw. selbst zu produzieren. Das Unternehmen erwirtschaftete mit etwa 110.000 Mitarbeitern im Geschäftsjahr 2014/2015 einen Nettogewinn von 7,0 Milliarden US-Dollar bei einem Umsatz von 76,3 Milliarden US-Dollar.

Wenn das alles die Herren Gillette, Procter und Gamble noch erlebt hätten.

Ed Koch

Quellen: P&G, Wikipedia – Fotos: Ed Koch, Lothar Duclos (2006)