



Eigenmarken

Eigenmarken bezeichnen Produktlinien eines Handelsunternehmens, die eine bestimmte Qualität aufweisen, für bestimmte Produktgruppen, wie zum Beispiel Säfte oder Konserven, vergeben werden oder ein ausgeprägtes Engagement eines Unternehmens für Nachhaltigkeit abbilden. Sie werden ausschließlich innerhalb eines Unternehmens oder einer Unternehmensgruppe verwendet. Oft weisen Eigenmarken einen Zusatznutzen auf - beispielsweise handelt es sich um Bio- oder Fairtrade-Produkte - der anhand der aufgedruckten Labels, wie dem BIO-Siegel oder Fairtrade-Label erkennbar ist. Diese parallele Verwendung von Eigenmarken zusätzlich zu einem Label mit der gleichen Bedeutung nennt sich Co-Labeling.

Einige Eigenmarken stellen die Regionalität von Produkten dar. Diese werden Regionalmarken genannt. Sie beziehen sich auf die regionale Eigenschaften von Produkten, wie beispielsweise die Herkunft der Produktbestandteile, die Produktion oder die Weiterverarbeitung in einer bestimmten Region ("Norden", "Alpen", "Südfranken" etc.). Dabei werden häufig die positiven Besonderheiten einer Region herausgestellt. Die Anforderungen an die Herkunft der Produktbestandteile und den Ort der Produktion sind sehr unterschiedlich und oft nicht so klar umrissen wie bei den Regionalzeichen.

Eine Liste aller Eigenmarken auf Label-online finden Sie [hier](#).
