

Neue Impulse für die Naturkosmetikbranche - bei naturkosmetik konzepte werden die Weichen für die Zukunft gestellt

Elfriede Dambacher, Inhaberin von naturkosmetik konzepte, hat zum 01. Januar 2020 das von ihr entwickelte Marktforschungskonzept an Mirja Eckert von THE NEW übergeben und macht damit Platz für einen erweiterten Ansatz für die Marktforschung.

Interview mit Elfriede Dambacher, naturkosmetik konzepte, und Mirja Eckert, THE NEW

Frau Eckert, Sie beschäftigen sich mit Megatrends und übernehmen nun ein eingespieltes Marktforschungstool für den Naturkosmetikmarkt. Wie passt das zusammen?

Eckert: In meinen Augen perfekt! Megatrends gelten als DIE Veränderungstreiber unserer Zeit. Sie prägen unsere Lebensweisen und lassen neue Bedürfnisse und Sehnsüchte in uns entstehen. Dadurch entsteht ein Wertewandel, der sich letztendlich auch auf unser Konsumverhalten auswirkt, natürlich nur unbewusst. Konkret und exemplarisch kann man diesen Prozess aber in den Zahlen des Marktforschungstools von naturkosmetik konzepte wiederfinden:

Der Naturkosmetikmarkt wächst kontinuierlich, da sich bei immer mehr Menschen das Interesse und die Kaufbereitschaft für Naturkosmetikprodukte erhöht. Das heißt: Kombiniert mit der Trend- und Lebensstilforschung bekommen die Daten und Fakten der Marktforschung noch mehr Aussagekraft. Genau das fasziniert mich und macht die Naturkosmetik zu einer sehr interessanten Branche.

Frau Dambacher, was erhoffen Sie sich von der Übergabe an THE NEW?

Dambacher: In erster Linie wichtige Impulse für die Zukunft. Jetzt ist genau der richtige Zeitpunkt, den bisherigen Ansatz zu erweitern. Mit dem Klassifizierungskonzept haben wir ein im deutschsprachigen Raum einmaliges Marktforschungstool, das uns seit über zehn Jahren sichere Erkenntnisse über die Entwicklung des Kosmetikmarktes und insbesondere des Naturkosmetikmarktes liefert. Wir sind stolz auf die langjährige Zusammenarbeit mit GfK (Gesellschaft für Konsumforschung, IRi (Information Resources Deutschland), Biovista und IQVIA, die es uns ermöglicht, den Naturkosmetikmarkt in seiner gesamten Breite abbilden zu können. Über den wissenschaftlichen Ansatz der Trend- und Zukunftsforschung können jetzt neue Insights für die Branche vermittelt werden.

Frau Eckert, Sie treten in große Fußstapfen. Frau Dambacher gilt ja als eine der Pionierinnen, die den Naturkosmetikmarkt über Dekaden mitgestaltet hat. Wie wollen Sie neue Impulse setzen?

Eckert: Zunächst einmal habe ich großen Respekt vor Elfriedes Lebenswerk. Daher ist es für mich eine große Verantwortung, die Marktforschung kontinuierlich weiterzuführen und auszubauen. Heutzutage ist die Naturkosmetik längst raus aus ihrem Nischendasein und weit mehr als nur ein Trend. Die Neuausrichtung des Gesundheitsmarktes oder das steigende Umweltbewusstsein sind nur zwei Beispiele, wie sich der gesellschaftliche Wandel auf den Konsum von Körper- und Schönheitspflegeprodukten auswirkt. Genau hier möchte ich ansetzen und mit meinem Expertenwissen über Trends und Lebensweisen die aktuellsten Entwicklungen und Hintergründe für die Marktteilnehmer verständlich machen. Nur die Unternehmen, die hier frühzeitig die Zeichen der Zeit erkennen und verstehen, bleiben auch handlungsfähig und bewahren sich die Basis für nachhaltigen Erfolg.

Dambacher: Genau hier sehe ich den großen Vorteil für die Zukunft. Nicht nur die Marktforschung wird durch die Impulse von THE NEW profitieren. Mit Mirjas Expertise als Nachhaltigkeitsexpertin erweitert sie auch meinen bisherigen Beratungsansatz und kann darüber hinaus ihre langjährige Berufserfahrung in anderen Branchen hervorragend in den Naturkosmetikmarkt einbringen.

Frau Eckert, wie schauen Sie als Nachhaltigkeitsexpertin auf den Naturkosmetikmarkt? Was raten Sie der Branche?

Eckert: Da treffen viele Einflüsse aufeinander. Zum einen ist der Naturkosmetikmarkt sehr stark von Käuferseite beeinflusst. Im Grunde bestimmen die Kunden, welche Produkte eine Daseinsberechtigung haben. Zum anderen sind Themen wie die Gesundheit und Nachhaltigkeit in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Und schließlich sind besonders jüngeren Generationen ein ethischer Konsum und integrale Wertschöpfungsketten immer wichtiger. Die Naturkosmetikbranche bietet im Rahmen dieser Entwicklungen eine perfekte Plattform mit sehr großem Zukunftspotenzial. Daher haben die Anbieter schlicht keine Chance, der Nachhaltigkeitsdiskussion zu entgehen. Nur diejenigen Marken und Absatzformate, die glaubwürdig nachweisen können, dass sie öko-soziale Mehrwerte schaffen, werden künftig eine Rolle spielen.

Frau Dambacher, kommt keine Wehmut auf, wenn man nach so vielen Jahren kürzer tritt?

Dambacher: Nein, überhaupt nicht. Ich freue mich über alle neuen Gesichter, die mit Ideen, Verve und Kompetenz den Naturkosmetikmarkt in Zukunft mitgestalten werden. Ich werde mich weiterhin einbringen, aber ich will mir auch Zeit nehmen für andere Dinge. Ich freue mich, dass Mirja Eckert meine Marktforschungs- und Beratungsarbeit mit eigener Handschrift weiterführen wird. Wir wollen gemeinsam ein Zeichen setzen und einen zukunftsfähigen Übergang schaffen.

Ihre Kontaktdaten für die Presse:

welcome@thenew.online

www.thenew.online



Foto ©jenner egberts