



## Presseinformation

### NATURKOSMETIK BRANCHENKONGRESS 2016

#### **Erfolgreicher Branchenkongress – internationales Networking – Verändertes Schönheitsideal beeinflusst Kaufentscheidungen**

Beim 9. Naturkosmetik Branchenkongress in Berlin standen Zukunftsszenarien, Best Practice Beispiele, internationale Trends und durch die Digitalisierung im Handel entstehende Herausforderungen im Fokus des vielfältigen Programms. Weit mehr als 230 internationale Teilnehmer aus verschiedenen Bereichen der gesamten Kosmetikbranche kamen zum Branchen-Highlight im Herbst, um sich über aktuelle Themen zu informieren.

Zwei Tage lang verfolgte das begeisterte Fachpublikum die Beiträge internationaler Experten und nutzte die Chance für spannende Diskussionen und Gespräche. Das Kongressprogramm bot auch in diesem Jahr viele Ansätze und Anregungen, die weit über den Tellerrand hinauswiesen.

Zum Auftakt des Kongresses konstatierte Programmvorsitzende Elfriede Dambacher, dass die Nachfrage nach Naturkosmetik weltweit anhält und Naturkosmetik weiterhin das Wachstumssegment im Kosmetikmarkt bleibt. Aktuell holt naturnahe Kosmetik mit starken Konzepten jedoch deutlich auf. Erstmals zeigen die Zahlen, die von der GfK für das erste Halbjahr 2016 für Deutschland erhoben wurden, dass naturnahe Kosmetik mit 6,7 % deutlich stärker wächst als Naturkosmetik (+4 %). Die Situation sei paradox, erklärte die Branchenexpertin. „Der Naturkosmetikmarkt in Deutschland ist noch längst nicht gesättigt. Nachfrage und Bedarfsdeckung steigen, doch selten finden Konsumenten im Handel attraktive Einkaufsstätten, die ihren Erwartungen entsprechen“, so Elfriede Dambacher. Dass davon vor allem der Online-Handel profitiert, bewies Dr. Susanne Eichholz-Klein vom Institut für Handelsforschung IFH mit ihrem Beitrag. In einer exklusiv für den Naturkosmetik Branchenkongress erstellten Analyse machte sie deutlich, wie stark der Online-Handel mit Naturkosmetik gewachsen ist.

Die Beiträge zukunftsweisender Trendforscher veranschaulichten die Veränderungen im Einkaufsverhalten heutiger Konsumenten. Pascale Brousse, Inhaberin der Agentur Trend Sourcing in Paris, sowie auch Inga Nandzik, Director Innovation Strategy bei der Hamburger Agentur Sturm & Drang, zeigten die dadurch entstehenden Herausforderungen für den gesamten Kosmetikmarkt und für die Kommunikation zum Kunden auf.

Dieses für die Branche sehr aktuelle Thema – die zunehmende Digitalisierung der Kommunikation und im Handel – wurde u.a. von Keynote-Speaker Prof. Dr. Jo Groebel beleuchtet: Der Direktor des Deutschen Digital Instituts regte in seiner Präsentation die grundsätzliche Transformation an und appellierte, sich dem Thema schrittweise zu öffnen und den Grad der digitalen Kommunikation entsprechend zu wählen. Gleich im Anschluss gewährte Benjamin Thym von der offerista group einen Blick auf die Zukunft des Handels und zeigte, wie Einkaufen in Zukunft aussehen kann und wie sich mithilfe von Apps personalisierte Angebote formulieren lassen. Welche Kundengruppen auf den Naturkosmetikmarkt stoßen und welche Bedeutung sie für Naturkosmetik haben, wurde



übrigens in einer unterhaltsamen Bühnenszenierung von ART OF CHANGE, einer interaktiven Theatergruppe, aufgeführt.

Verschiedene Best Practice Beispiele aus dem Handel (Prokopp – Gewußt wie Parfümerien, Reformhaus Goll und Bio Feinkost Löwenzahn Bielefeld) stellten unter Beweis, dass Naturkosmetik mit Engagement und Strategie in den vorgestellten Kanälen überdurchschnittlich erfolgreich sein kann. Fazit der anschließenden Expertendiskussion: Naturkosmetik wird zukünftig sowohl stationär als auch Online eine große Rolle spielen. Die Verknüpfung von Online-Auftritt und stationärem Geschäft ist dabei allerdings Voraussetzung.

Zwei Botschaften zogen sich durch beide Kongresstage: Die eher mittelständisch geprägte Naturkosmetikbranche benötigt wieder mehr Kreativität, damit die Botschaft auch bei jüngeren und anspruchsvolleren Konsumenten ankommt. Die Schnelligkeit der digitalen Kommunikation verlangt nach einem zielgerichteten Vorgehen, um die Käufergruppen zu erreichen. Zudem erfordert die zunehmende Ökologisierung der gesamten Kosmetikbranche eindeutige Botschaften. Ob Naturkosmetik ausreichend für Konsumenten erkennbar ist, war Gegenstand einer lebendigen Diskussion mit internationalen Experten und zwei Vertreterinnen der Politik: Sowohl Renate Künast, Vorsitzende des Verbraucherausschusses des deutschen Bundestages, als auch Dr. Karin Gromann vom Bundesministerium für Gesundheit Österreich sehen die Notwendigkeit, dem Konsumenten eine einfach nachzuvollziehende Kennzeichnung zur Verfügung zu stellen. Diese sollte mehr Klarheit bringen, ohne jedoch die am Markt etablierten Siegel zu schmälern.

Am zweiten Kongresstag wurde nach intensiver Betrachtung und einem Vergleich der traditionellen Vertriebswege Naturkost und Reformhaus dann im Forum A der Blick auf die USA gerichtet. Kora Lazarski von SPINS (USA) sowie Marko Kucher, Gründer MaKe Business Solutions USA, ermöglichten fundierte Einblicke in den US-Markt und boten wertvolle Praxis-Tipps, wie europäische Marken sich den US-Markt erschließen können. Zeitgleich nahm Forum B sich eines heißen Themas an: Gerald A. Herrmann (Organic Services) leitete die intensive Diskussion mit Befürwortern und Kritikern über nachhaltiges Palmöl. Auch hier ein eindeutiges Fazit: Palmöl ist auch für Naturkosmetik schwer ersetzbar.

Der Spannungsbogen riss bis zum Programmende nicht ab: Mit aktuellen Erkenntnissen aus der Hautforschung fesselte am Nachmittag Rainer Voegeli von DSM aus der Schweiz die Zuhörer und leitete zum inspirierenden Schlussakkord über, den Inga Nandzik von Sturm & Drang setzte. Sie widmete sich der neuen Authentizität, dem Wandel der Schönheitskultur und welche Rolle Naturkosmetik im digitalen Kontext übernimmt. Ihr Tenor: „Schönheit ist nicht mehr Schicksal, sie wird Verhandlungsmasse und in der Masse verhandelt“.

Die Teilnehmer zeigten sich 2016 erneut äußerst zufrieden und bescheinigten dem Veranstalter einen sehr gelungenen Kongress. Auch Danila Brunner, Abteilungsleiterin VIVANESS und BIOFACH, betont die Relevanz der Veranstaltung. „Es ist schön zu sehen, wie erfolgreich sich der Naturkosmetik Branchenkongress als Herbstveranstaltung in Berlin neben der VIVANESS, die alljährlich im Februar in Nürnberg stattfindet, als zweites Highlight der Branche etabliert hat. Das macht deutlich, wie wichtig der gegenseitige und fachlich fundierte Austausch gerade in einem sich so dynamisch entwickelnden Sektor wie der Naturkosmetik-Branche ist!“



In eigener Sache gab der naturkosmetik verlag am ersten Kongresstag auch eine wichtige Information zur zukünftigen Ausrichtung des naturkosmetik verlag bekannt. Ab Januar 2017 übernimmt Wolf Lüdge die Leitung des naturkosmetik verlag. Elfriede Dambacher bleibt der Branche mit ihrer Marktexpertise erhalten und wird auch 2017 den Programmvorsitz des Naturkosmetik Branchenkongresses innehaben.

Elfriede Dambacher, Programmvorsitzende und Branchenexpertin, freut sich über die Neuausrichtung: „Der Naturkosmetik Branchenkongress zeigte dieses Jahr noch deutlicher, wie wichtig dieser Fachkongress ist, damit sich die Marktteilnehmer zukunftsfähig aufstellen können. Die Weiterentwicklung des Naturkosmetik Branchenkongresses werden wir mit verstärkter Kompetenz durch Wolf Lüdge vorantreiben. Mir gefällt daran, dass ich mich ab sofort noch stärker auf das Marktgeschehen fokussieren kann.“ Das interessierte Fachpublikum darf sich also ebenso im kommenden Jahr auf ein wegweisendes Kongressprogramm freuen. Dazu Wolf Lüdge: „Auch bei der 10. Ausgabe 2017 wird der Naturkosmetik Branchenkongress mit bewährter Kompetenz branchenrelevante, aktuelle Themen zur Diskussion stellen und interessante Ansätze zur Zukunft von Handel und Industrie präsentieren.“

Wie immer gab es an beiden Tagen viele Möglichkeiten für intensives wie internationales Networking. Am ersten Kongresstag wurde beim Get-together auf der Terrasse des Ellington Hotels an einem lauen Spätsommerabend bis tief in die Nacht genetztwerk.

**Der nächste Naturkosmetik Branchenkongress findet vom 26.-27.9. 2017 mit Elfriede Dambacher als Programmvorsitzende und unter neuer Gesamtleitung durch Wolf Lüdge im Hotel Ellington Berlin statt.**

Die nächste **VIVANESS**, internationale Fachmesse für Naturkosmetik, findet vom 15.-18. Februar 2017 in Nürnberg statt.

#### **Kongressmanagement:**

Beate Vogel

[kongress@naturkosmetik-verlag.de](mailto:kongress@naturkosmetik-verlag.de)

#### **Ansprechpartner für Presse und Medien:**

Britta John

[b.john@naturkosmetik-verlag.de](mailto:b.john@naturkosmetik-verlag.de)

Tel: +49 (0) 231. 98 22 99 60

Auf unserer Webseite [www.naturkosmetik-branchenkongress.de](http://www.naturkosmetik-branchenkongress.de) finden Sie unter dem Menüpunkt Mediacenter weitere Informationen, Banner zum Download und im Bereich Foto-Service Fotos des Naturkosmetik Branchenkongresses 2016, die frei zur Veröffentlichung sind.

[www.naturkosmetik-branchenkongress.de/naturkosmetik-branchenkongress/de/foto-service.html](http://www.naturkosmetik-branchenkongress.de/naturkosmetik-branchenkongress/de/foto-service.html)

