



Presseinformation

NATURKOSMETIK BRANCHENKONGRESS 2015

Erfolgreicher Branchenkongress – internationales Networking – Rasante Entwicklung

Dortmund, 12. Oktober 2015 – Mit einer Wachstumsprognose von 10 % für das Jahr 2015 setzte der achte Naturkosmetik Branchenkongress in Berlin gleich zu Beginn ein wichtiges Signal. Die Notwendigkeit starker Marken und die punktgenaue Ansprache der an Naturkosmetik interessierten Konsumenten waren Schlüsselthemen des diesjährigen Naturkosmetik Branchenkongresses. Daraus resultierende Ansätze für die zukünftige Ausrichtung des Marktes wurden vom 6.-7. Oktober in Berlin engagiert diskutiert.

Mehr als 240 Teilnehmer aus der ganzen Welt, darunter zahlreiche internationale Entscheidungsträger aus Industrie, Handel, Wissenschaft und Verbänden, kamen in der Hauptstadt zusammen, um sich über Zukunftsperspektiven, Trends und den sich deutlich geänderten Konsumentenansprüchen hinsichtlich Kosmetik zu informieren. Mit zukunftsweisenden Vorträgen, die weit über den Tellerrand hinausreichten, hochkarätig besetzten Expertenforen und anregenden Diskussionen ermöglichte der Kongress einen Rundum-Blick auf ein ebenso aktuelles wie breit gefächertes Themenspektrum – das aus ganz unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet wurde.

Am ersten Tag des Kongresses stand der Markt im Mittelpunkt. Der Beitrag der Programmvorsitzenden und Branchenexpertin Elfriede Dambacher machte gleich zu Beginn deutlich, wie schnell sich der Markt ändert und welche Chancen und Herausforderungen auf den gesamten Markt zukommen. Der anschließende Beitrag von Dr. Wolfgang Adlwarth von der GfK SE startete mit der Prognose von 10 % Umsatzwachstum für Naturkosmetik bis Ende August 2015. Der Experte führte dezidiert aus, wie sich die anhaltende Nachfrage erklärt und zeigte auf, wer die relevanten Konsumentengruppen der Zukunft sind. Waren über Jahre die sogenannten „Puristen“ die Kernzielgruppe für Naturkosmetik, wandeln sich diese nun und werden von den sogenannten „verantwortungsvollen Inszenierern“ bestimmt – einer Zielgruppe, die sich keinen bisherigen Regeln unterwirft, sondern scheinbar Unvereinbares vereint. Dadurch entstehen neue Anforderungen an die gesamte Kosmetikbranche. Widersprüchliches wird gelebt, Makel in Szene gesetzt. Das Kommunikations- und Einkaufsverhalten dieser potenziellen Zielgruppe lässt sich nicht mehr mit bisherigen Marktbedingungen vergleichen und erfordert von allen Marktakteuren ein neues Herangehen. Zudem unterstrich es einmal mehr die



Relevanz des E-Commerce und ansprechender Einkaufsstätten für Naturkosmetik vor Ort.

Die Auswirkungen auf den internationalen Kosmetikmarkt stellte Alina Scheinker von Euromonitor aus London dar. Sie präsentierte aktuelle Trends – aber auch die Reaktionen der Kosmetikindustrie auf den erstarkten Trend grüner Kosmetik.

Der Keynote-Vortrag am ersten Kongresstag von Prof. Dr. Ulrich Reinhardt von der BAT Stiftung für Zukunftsfragen gewährte informative Ausblicke auf gesellschaftliche Veränderungen und mögliche Auswirkungen auf den Handel.

Am Nachmittag zeigte das anregende Gespräch über die D A CH-Region die Gemeinsamkeiten und Unterschiede im deutschsprachigen Markt, wie auch die Möglichkeiten der Nachbarn, voneinander zu lernen. Der erste Kongresstag wurde mit einem Beitrag zur Gender Balance in der Kommunikation beendet und postulierte einmal mehr, wie wichtig die richtige Kundenansprache zur Ausschöpfung des Potenzials ist.

Am zweiten Kongresstag stand die Markenbildung im Fokus. Zum Auftakt vermittelte Felix Schaefer von Schaefer market research exklusive Umfrageergebnisse zur Wahrnehmung von Naturkosmetik im Vergleich zu naturnaher und herkömmlicher Kosmetik. Das Experiment verdeutlichte, wie in der Apotheke und der Parfümerie durch eine Erweiterung des Markenportfolios die Reichweite erheblich ausgebaut werden kann – ein spannender Ansatz für Industrie und Handel.

Mit großem Interesse verfolgte das Publikum die Beiträge in den Foren A und B am zweiten Kongresstag. Forum A beschäftigte sich unter dem Thema BIG DATA Naturkosmetik mit der Bedeutung der sozialen Medien in der Kommunikation. Neben einer fundierten Einleitung durch Prof. Fabian Sippel von klartxt und den anschließend präsentierten Studienergebnissen des Europäischen Handels Institutes durch Ute Holtmann, sorgte das Best Practice Beispiel des jungen Startups Brooklyn Soap Company für neue Ideen zum Aufbau einer Naturkosmetikmarke. Forum B nahm sich der relevanten Thematik ethischer Zertifizierungen an und hinterfragte, wieviel Differenzierung vermittelbar ist. Im Zentrum der Diskussion stand der Beitrag von Farhan Tufail, Geschäftsführer der Halal Certification Services GmbH, zur Halal Zertifizierung von Rohstoffen und Kosmetikprodukten.

Als einer der Höhepunkte des Kongresses wurde der Beitrag von Christoph Engl, Managing Director der Brand Trust GmbH, gewertet. Mit seiner mitreißenden Betrachtung zur Entstehung starker Marken und wie der Wandel aus der Gattungsmarke „Naturkosmetik“ zu differenzierten starken Naturkosmetikmarken gelingen kann, begeisterte er das Publikum.



Am Nachmittag wurde dann die Aufmerksamkeit auf die anstehenden ISO-Richtlinien gelenkt. Mithilfe einer internationalen Expertenrunde, die durch 2-minütige Statements relevanter Siegelorganisationen ergänzt wurde, konnten sich die Kongressteilnehmer ein fundiertes Bild von der aktuellen Entwicklung und der Einschätzung durch Experten machen.

Einmal mehr zeigten die beiden Kongresstage die Wichtigkeit, sich in einem so dynamischen Markt wie dem Naturkosmetikmarkt mit zukunftsweisenden Themen zu beschäftigen und sich international auszutauschen. Mit anregenden Diskussionen und hochkarätigen Beiträgen internationaler Referenten steuerte der achte Naturkosmetik Branchenkongress wieder wertvolle Beiträge zur Zukunftsgestaltung des Marktes bei. Neben dem Branchen-Highlight VIVANESS, der traditionell im Februar stattfindenden internationalen Fachmesse in Nürnberg, gilt der Naturkosmetik Branchenkongress als weiteres Branchen-Highlight im Herbst.

Die Teilnehmer zeigten sich auch 2015 äußerst zufrieden und bescheinigten dem Veranstalter einen sehr gelungenen Kongress. Für über 80 % der Teilnehmer haben sich die Erwartungen an den Kongress erfüllt und wurden teilweise übertroffen. Für die Teilnehmer sind Informationen zu aktuellen Themen gleich wichtig wie die Möglichkeit zum internationalen Networking. Dazu trug wieder einmal das traditionelle Networking-Highlight, das Get-together zum Abschluss des ersten Kongresstages, bei.

Positiv wurde auch das künstlerische Finale des Branchenkongresses aufgenommen. Das Business-Theater Art of Change vermittelte auf ungewohnte Weise einen Rückblick auf den Kongress und setzte durch einen szenisch dargestellten Ausblick auf die kommenden Jahre einen positiven Schlussakkord. Die Botschaft ist klar: Naturkosmetik ist und bleibt relevanter Bestandteil des gesamten Kosmetikmarktes und wird weiterhin im Fokus des Wachstums stehen.

Elfriede Dambacher, Programmvorsitzende und Branchenexpertin, zeigte sich erfreut über den Erfolg des Kongresses: „Der Kongress erreicht jährlich mehr Akteure aus der ganzen Welt und bestätigt einmal mehr wie wichtig es ist, sich jenseits vom Tagesgeschäft auf höchstem Niveau auszutauschen. Dazu tragen wir gern auch wieder nächstes Jahr bei, und zwar vom 27.-28. September 2016.“

Positiv fielen ebenso die Resonanzen von Teilnehmern und Kongresspartnern zum zweitägigen Kongress aus:

Susanne Stoll, redSpa Media GmbH

„Hochinteressante Referenten, große Themenvielfalt und ein inspirierendes Programm, das Zeit zum Networking lässt. Für mich eine Branchenveranstaltung mit Mehrwert.“



Michael Glückstadt, Fair Squared GmbH

„Vorsprung durch Information in der Kosmetikwelt.“

Silvia Holzgruber-Riess, Wala Austria, AT

„Die beste `Nahrung´ für das tägliche Business seit langem.“

Gundula Böger-Heidenreich, Edeka Minden-Hannover GmbH

„Ausgewogene und interessante Plattform für den Naturkosmetikmarkt. Breites Spektrum für Hersteller, Handel, Marktforschung und Entwicklung.“

Maria Lüder-Specht, Quenax AG, CH

„Sehr gelungene Mischung aus informativem Kongress und bereicherndem Networking.“

Sofia Bozoukova, Pro SiebenSat1 Media SE

„Sehr informativ und inspirierend, weiter so!“

Meike Rauschen, natureme, Parfümerie Douglas GmbH

„Tolle Möglichkeit zum Netzwerken und die Branche kennenzulernen und tolle und interessante Teilnehmer.“

Uli Osterwalder, BASF PCN, Monheim

„Der Kongress gibt einen guten Überblick und Ausblick über die Naturkosmetikszene.“

Seema Shende, Vana Retreats, Indien

„Vielen Dank für die freundliche, mir entgegengebrachte Gastfreundschaft während des Kongresses. Der Kongress war die Reise wert, eine innovative, informative und interaktive Veranstaltung. Meinen Glückwunsch zu diesem Erfolg.“

Susanne Jaenichen, Dr. Straetmans GmbH

„Ich komme sehr gern und jedes Jahr, weil die Mischung der Themen sehr gut ist und immer wieder neu inspiriert.“

S. Selçuk Mumcu, Director of Sales – International, Aubrey Organics, Inc., USA

„Wenn Sie der Meinung sind, dass die richtigen Fragen zu den richtigen Antworten führen, dann sollte die Teilnahme am Naturkosmetik Branchenkongress für Sie ganz oben auf der Liste stehen. Nach zwei intensiven Tagen in Berlin haben sich für mich neue Fragestellungen ergeben, die vermutlich zu organisatorischen Veränderungen führen werden. Und während niemand sonst über umfassende Daten verfügt, hat sich der Naturkosmetik Branchenkongress unglaubliche Mühe gemacht, verschiedene Daten zusammenzuführen und diese von Experten analysieren zu



lassen, um die Auswirkungen auf unsere Branche einschätzen zu können. Von Gender Marketing bis zur Relevanz von E-Commerce im europäischen Markt, von generellen Marketingkonzepten bis demographischen Zeitbomben, die in den kommenden Jahrzehnten zu massiven Veränderungen führen werden und verschiedenen Denkanstößen – diese Aspekte wurden im Kontext der Naturkosmetikbranche beleuchtet. Das Ergebnis: Ich kehre mit neuen Fragen zurück, die weitere Inspirationen und neue Konzepte für die Führung unserer Marke herbeiführen werden.“

Gerald Herrmann, Organic Services, München

„Wer sich für Naturkosmetik interessiert oder in der Branche aktiv ist, für den ist die Präsenz auf dem Kongress ein Muss.“

Moritz Aebersold, Contura Consulting, Basel, CH

„Als aktiver Mitgestalter und interessierter Teilnehmer bin ich nach dem zweitägigen Naturkosmetik-Intensiv-Programm einmal mehr mit wertvollen Impulsen nach Basel gereist. Der Kongress gehört für mich zu einem wichtigen Fixpunkt der Branche für die Pflege von Kontakten zu langjährigen Geschäftskollegen, Freunden, Medien und nicht zuletzt zu potenziellen neuen Kunden.“

Danila Brunner, Leiterin Veranstaltungen, BIOFACH / VIVANESS, NürnbergMesse

„Zwei spannende Kongresstage in Berlin boten eine Vielzahl an hochinteressanten Gesprächen und viele Anregungen für alle Beteiligten. Der Naturkosmetik Branchenkongress hat wieder einmal bewiesen: Zukunft will gestaltet sein. Die nächste Möglichkeit für einen internationalen fachlichen Austausch auf höchstem Niveau bietet die VIVANESS 2016 in Nürnberg, die zentrale Produkt-, Wissens- und Networking-Plattform der Naturkosmetikbranche. Wir freuen uns schon jetzt darauf, auch auf der VIVANESS den gemeinsamen Spirit der Branche zu erleben.“

Die Programmvorsitzende und Branchenexpertin Elfriede Dambacher, Geschäftsführerin des naturkosmetik verlags in Dortmund, richtet den Naturkosmetik Branchenkongress in Kooperation mit der NürnbergMesse, Ausrichter der VIVANESS, aus. Die nächste VIVANESS, internationale Fachmesse für Naturkosmetik, findet vom 10.-13. Februar 2016 in Nürnberg statt.

Der nächste Naturkosmetik Branchenkongress findet bereits im September vom 27.-28.9. 2016 im Hotel Ellington Berlin statt.



Ansprechpartner für die Kongressteilnahme:

Beate Vogel

kongress@naturkosmetik-verlag.de

Ansprechpartner für Presse und Medien:

Britta John

b.john@naturkosmetik-verlag.de

naturkosmetikverlag e.dambacher UG (haftungsbeschr.)
Kongressmanagement

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

Fax: +49 (0) 231. 98 22 99 59

Auf unserer Webseite www.naturkosmetik-branchenkongress.de finden Sie unter dem Menüpunkt Mediacenter weitere Informationen, Banner zum Download und im Bereich Foto-Service Fotos des Naturkosmetik Branchenkongresses 2015, die frei zur Veröffentlichung sind.

www.naturkosmetik-branchenkongress.de/naturkosmetik-branchenkongress/de/foto-service.html

