



## Presseinformation

### NATURKOSMETIK BRANCHENKONGRESS 2013

#### Zukunftsfähige Konzepte – internationales Networking

**Dortmund, 30. September 2013** – Die Festigung der Identität der Naturkosmetik, die Differenzierung von sogenannten Greenwashing-Produkten und Nachhaltigkeit als traditionelles Merkmal der Branche – Themen, die beim Naturkosmetik Branchenkongress vom 24.-25. September 2013 in Berlin mit viel Engagement diskutiert wurden.

Mehr als 150 Teilnehmer aus 11 Nationen, darunter Entscheidungsträger aus Industrie, Handel und Wissenschaft, kamen in der Hauptstadt zusammen, um sich über branchenrelevante Themen zu informieren. Mit Vorträgen, Expertenforen und zum Teil auch kontroversen Diskussionen ermöglichte der Kongress einen Rundumblick auf das Themenspektrum, das die Branche aktuell bewegt. Die verschiedenen Perspektiven der Branchenakteure – vom Rohstofflieferanten und Hersteller bis zum Lebensmitteleinzelhandel und der Parfümerie – erlaubten Einblicke auch hinter die Kulissen der verschiedenen Marktsegmente.

Mit vielseitigen Referentenbeiträgen offerierte der Kongress ein umfangreiches Portfolio an Informationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Vor allem die präsentierten Ansätze zur Inszenierung am Point of Sale fanden großes Interesse. Zukunftsfähige Konzepte für den Naturkosmetikmarkt wurden ebenso diskutiert wie das Konsumentenverhalten: Wo kaufen sie und warum, welche Kaufmotive spielen eine Rolle und was bedeutet das sowohl für den Handel als auch die Marken? Ein zentrales Thema war Nachhaltigkeit: Reicht dieses Leistungsmerkmal der Naturkosmetik auch in Zukunft aus, um den Markt voranzutreiben und zukunftsfähig aufzustellen? Denn, auch dies ein Fazit des Kongresses, Pragmatismus – ohne die bisherigen Errungenschaften der Naturkosmetik aufzugeben – wird nun von allen Beteiligten gefordert. Naturkosmetik muss eine klare Stellung beziehen, denn der Markt öffnet sich und nur mit neuen Konzepten, die über die klassischen Marketingaspekte hinausgehen, kann sich die Branche auch in Zukunft ebenso erfolgreich wie eindeutig positionieren.



Die angeregte Schlussdiskussion griff die aktuell auf dem Kongress diskutierten Themen auf: Teilnehmer aus verschiedenen Marktbereichen sowie das Publikum bezogen im Gespräch zum Teil unterschiedliche Positionen und beleuchteten so das Spektrum der Herausforderungen und Wünsche innerhalb der Branche auf unterschiedliche Weise – nicht zuletzt trugen die pointiert vorgetragenen Aspekte von Wolfgang Gründinger, Sprecher der Stiftung für die Rechte zukünftiger Generationen, zu einer lebendigen Diskussion bei.

Elfriede Dambacher, Programmvorsitzende und Branchenexpertin, zeigte sich erfreut über den Erfolg des Kongresses: „Das Zusammenbringen von Brancheninsidern und weiteren Experten ermöglicht belebende Denkanstöße, die zukunftsweisend für den Naturkosmetikmarkt sein können. Die Naturkosmetik steht durch den Wertewandel in der Gesellschaft und dem zunehmenden Wettbewerb vor enormen Herausforderungen, denen sie mit Glaubwürdigkeit ebenso wie mit innovativen, neuen Konzepten begegnen muss.“

Mit dem Blick der Neurowissenschaft lenkte Bert M. Ohnemüller, Geschäftsführer der neuromerchandising group in Frankfurt, den Fokus auf den Point of Sale. Sein Vortrag zur Emotionalität am POS sprach das brach liegende Potenzial an: Viel stärker sollte in Zukunft der Nutzen der Naturkosmetik kommuniziert werden. Inspirierende Anregungen für den POS bot ebenso Jens Lönneker, Inhaber und Geschäftsführer des Kölner Marktforschungsinstituts rheingold salon, mit einer realistischen, aber tiefenpsychologischen Sicht auf den Kunden, seine Entscheidungsprozesse und Kaufmotive. Einen Blick über die nationalen Grenzen hinaus auf die aufstrebenden Naturkosmetikmärkte in Asien und USA gewährten Moritz Aebersold, Contura Consulting Basel, und Ewa Grigar, Kline International.

Natürlich nicht nur mit seinem facettenreichen Programm hat sich der Naturkosmetik Branchenkongress, der nun bereits zum fünften Mal stattfand, einmal mehr als wichtige Branchenplattform etabliert. Die Teilnehmer schätzten vor allem die Möglichkeit des nationalen und internationalen Netzwerkens. Auch beim traditionellen Networking-Highlight, dem Get-together zum Abschluss des ersten Kongresstages, konnten wertvolle Kontakte geknüpft werden.



Positiv fielen auch die Resonanzen zum zweitägigen Kongress im Ellington Hotel Berlin von Teilnehmern und Kongresspartnern aus:

**Udo Funke, Leiter Veranstaltungen NürnbergMesse**

„Der Naturkosmetik Branchenkongress ist der Treffpunkt für Hersteller und Handel. Dieses Jahr zeigt sich dies deutlich nicht nur an den hochkarätigen Teilnehmern, sondern auch anhand der starken Beteiligung. Insbesondere wurde deutlich, dass der Kongress zum nationalen und internationalen Netzwerken genutzt wird.“

**Bert M. Ohnemüller, Geschäftsführer neuromerchandising group**

„Für mich eine sehr inspirierende und vor allem relevante Veranstaltung mit spannenden Inhalten und sehr gutem Networking unter den Teilnehmern.“

**Mechthild Wichmann-Kramp, Warenbereichsleiterin Drogerie, familia Handelsmarkt**

„Ein sehr innovativer und informativer Kongress mit sehr offener Kommunikation. Ein Besuch lohnt sich!“

**Wolf Lüdge, Salus Haus GmbH**

„Inhaltlich sehr starke Vorträge, die von der Welt, vom Markt und vom Kunden aus auf Problemlösungen schauen, die von der Branche benötigt werden – ein wertvoller Blick über den Tellerrand!“

**Gerald A. Herrmann, Geschäftsführer Organic Services**

„Der Naturkosmetik Branchenkongress hat unterstrichen, die maßgebliche Plattform für den Austausch von zukunftsrelevanten Themen für die gesamte, grüner werdende Kosmetikindustrie zu sein. Naturkosmetikunternehmen stehen vor einer notwendigen Weiterentwicklung bzw. Schärfung ihrer Konzepte und Glaubwürdigkeit. Themen wie Nachhaltigkeit, die Betrachtung der gesamten Wertschöpfungsketten aber auch kundengerechte Formulierungen müssen eine überzeugende Antwort finden.“

**Dr. Wilfried Petersen, Geschäftsführer Sales & Marketing Dr. Straetmans GmbH**

„Auch in diesem Jahr wurde wieder ein breit gefächertes, vielfältiges Programm zu verschiedenen Themen geboten, die dann doch miteinander verwoben sind. Für mich ein bereichernder Blick über den Tellerrand jenseits der täglichen Arbeit, mit der Möglichkeit, die Bedürfnisse der gesamten Branche kennenzulernen.“



Die Programmvorsitzende und Branchenexpertin Elfriede Dambacher, Geschäftsführerin des naturkosmetik verlags in Dortmund, richtet den Naturkosmetik Branchenkongress in Kooperation mit der NürnbergMesse, Ausrichter der VIVANESS, der internationalen Leitmesse für Naturkosmetik, aus.

**Der nächste Naturkosmetik Branchenkongress findet am 7.10. & 8.10. 2014 im Hotel Ellington Berlin statt.**



**Die nächste VIVANESS, internationale Fachmesse für Naturkosmetik, findet vom 12. bis 15. Februar 2014 in Nürnberg statt.**

**Ansprechpartner für die Kongressteilnahme:**

naturkosmetikverlag UG (haftungsbeschr.)

Beate Vogel

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

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

kongress@naturkosmetik-verlag.de

**Ansprechpartner für Presse und Medien:**

carl.com GmbH

Jenny Pohl

Tel. +49 (0) 89. 21 38 39 82

Fax: +49 (0) 89. 21 38 39 84

pohl@carl-com.de