

Nürnberg, Germany 14.–17.2.2018

VIVANESS2018

into natural beauty



VIVANESS: „Auf Beautyjagd“ mit Julia Keith

So war die VIVANESS 2018: Highlights und Neuheiten

Wenn ich vier Tage lang von morgens bis abends an nichts anderes als an Bio- und Naturkosmetik denken kann, dann befinde ich mich... eindeutig auf der VIVANESS!

Zwei Dinge sind mir in diesem Jahr bei meinen Rundgängen besonders aufgefallen: Ich hatte den Eindruck, dass mehr Start-ups als sonst auf der Leitmesse für Naturkosmetik vertreten waren – und dass nicht nur auf der Breeze, der Zone für ausgewählte junge Unternehmen. Außerdem zeichnete sich für mich deutlich ab, wie interessant die VIVANESS auch für internationale Aussteller ist. Ein paar Beispiele gefällig? Mit BAIMS habe ich zum Beispiel eine Make-up-Marke aus Brasilien entdeckt und Anakena von der Osterinsel präsentierte tropische Monoi-Kosmetik. Fasziniert hat mich auch Sativa, eine spannende Hautpflege-Marke aus Weißrussland (Ich wusste vorher nicht, dass es auch in Minsk Naturkosmetik gibt). Die Highend-Marke C.Lavie kannte ich dagegen interessanterweise aus dem Detox Market in Los Angeles – und tatsächlich wird die französische Marke bisher vor allem in den USA verkauft.

Viel mehr mineralischer Sonnenschutz

Während es lange Zeit kaum Neues in Sachen mineralischer Sonnenschutz zu vermelden gab, wuchs die Auswahl über die letzten Jahre rasant. Vorreiter in Sachen höherer Anwendungskomfort waren Marken wie Algamaris oder Acorelle. In diesem Jahr gab es nicht nur das große Comeback der Sonnenpflege von Weleda zu feiern, sondern auch die Marke Eco Cosmetics hat sich so richtig ins Zeug gelegt: Sie bietet nun mehrere Sonnensprays sowie eine ganze Reihe an Gesichtspflegeprodukten mit hohem Lichtschutzfaktor an – und hat dazu gleich noch eine günstige Sonnenschutz-Einsteigermarke mit dem Namen „ey!“ gelauncht. Mit eleganten Texturen für den täglichen Sonnenschutz im Gesicht positionierten sich die lettische Marke Mádara und die koreanische Marke Whamisa auf der VIVANESS.

Veranstalter

Organizer

NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Germany
T +49 9 11 86 06-0
F +49 9 11 86 06-82 28
info@vivaness.de
www.vivaness.de
www.vivaness.com

Vorsitzender des Aufsichtsrates

Chairman of the Supervisory Board

Dr. Ulrich Maly
Oberbürgermeister der
Stadt Nürnberg
Lord Mayor of the
City of Nuremberg

Geschäftsführer

CEOs

Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

Registergericht

Registration Number

HRB 761 Nürnberg

Ideelle Träger

Supporting organizations

COSMOS

We are COSMOS

NATRUE



Nürnberg, Germany 14.– 17.2.2018

VIVANESS2018

into natural beauty



Großes Angebot an Pflanzenhaarfärbungen

Auf Schritt und Tritt kamen mir auf der VIVANESS Marken mit Pflanzenhaarfärbungen im Angebot entgegen. Die Traditionsmarke Logona hat das gesamte Sortiment der Haarfärbungen überarbeitet, das eingesetzte Pulver wird nun noch feiner vermahlen. Als bereits fertig angerührte Creme ist die Anwendung dabei besonders praktisch. Wer sich für Pflanzenhaarfärbungen interessiert, sollte dazu auf Marken wie zum Beispiel Radico, Ayluna oder Cultivator's achten. Von Indus Valley habe ich übrigens sogar Henna für die Augenbrauen entdeckt!

Deodorants mit Natron

Endlich haben die Deodorants mit Natron ihren Weg auf die VIVANESS gefunden! In den USA und auch online ist diese Art der gut wirksamen Deocremes bereits seit Jahren populär. Überwiegend handelt es sich dabei um wasserlose Balms in einem Tiegel (z.B. von We love the planet), die man mit den Fingerspitzen oder einem Spatel entnimmt. Ben&Anna bietet ein solches Deo mit Natron auch in einer praktischen Stifform an. Ganz neu entwickelt wurden cremigere Deo-Emulsionen wie die von der Berliner Marke i+m.

Minimalismus in vielen Varianten

Der Trend zum Minimalismus machte sich auf der VIVANESS in mehreren Spielarten bemerkbar. Da gab es eine ganze Reihe an wasserlosen Balms, Ölen und Hydrolaten zu entdecken (z.B. bei Pure Skin Food) – mehr Reduktion geht wohl kaum bei der Hautpflege. Noch mehr Kontrolle über die Inhaltsstoffe und natürlich auch jede Menge Spaß beim Anmischen der Produkte bieten die DIY-Kits für Lippenpflege oder Waschmittel von Coscoon oder Hello Simple. Unter den minimalistischen Trend fallen für mich ebenfalls die Formulierungen der neuen Pure-Serie von Santaverde, sie sind übersichtlich und verzichten dabei auf jegliche Duftstoffe. Und beim Thema Verpackung tun sich feste Produkte wie die Shampoo Bars von Jolu oder die Haarseife von Speick besonders leicht, auf Plastik zu verzichten und wenig Müll entstehen zu lassen.

Was mir nun noch zu sagen bleibt: Ich freue mich schon auf das nächste Jahr!

Nürnberg, Germany 14.– 17.2.2018

VIVANESS2018

into natural beauty

Über Julia Keith

Julia Keith hat 2010 den größten deutschsprachigen Blog für Bio- und Naturkosmetik gegründet. Seitdem ist sie täglich auf der Suche nach den spannendsten Beauty-Trends der Welt.

