

Nürnberg, Germany 15.– 18.2.2022

VIVANESS 2022

into natural beauty



PRESSEINFORMATION

Juli 2022

VIVANESS 2022: Veränderung ist der Preis des Überlebens am (Kosmetik)-markt

- Neues zum Thema Neuromerchandising® im VIVANESS Kongress
- Vortrag von Bert M. Ohnemüller mit interaktiven praxisorientierten Impulsen

VIVANESS, Internationale Fachmesse für Naturkosmetik, das heißt nicht nur vier Tage internationale Vielfalt, Inspiration, Trends, Newcomer und Start-ups. VIVANESS heißt auch vier Tage fachlich fundiertes Wissen, Networking mit Experten und zukunftsweisende Themen – präsentiert von hochkarätigen Speakern. Denn parallel zur VIVANESS findet vom 26. – 29. Juli der Kongress – 2022 einmalig als Summer Edition – statt. Aus der Perspektive des Neuromarketings stellt Bert M. Ohnemüller, (Mit-)Gründer der neuromerchandising® group und Heart Leadership Coach, am 28.07.2022 unter anderem vor, warum Handel immer ein Ort der Begegnung ist und wie aus dem Point of Sale ein Point of Success wird. Was das Herz mit alledem zu tun hat? Und warum nur innere Nachhaltigkeit wirklich Halt gibt? Die VIVANESS hat vorab nachgefragt!

Herr Ohnemüller, der Handel ist Ort der Begegnung. Was ist notwendig – kurz gefasst – damit aus dieser Begegnung mehr wird? Wie wird der Point of Sale zum Point of Success?

Handel ist und war schon immer die Begegnung von Menschen und eben nicht nur das Anbieten von Ware. Und die große Herausforderung heißt, wie mache ich aus Begegnungen Beziehungen. Der Point of Sale wird nur in der gelungenen Verbindung mit dem Point of People zum Point of Success. Wer sein Geschäft zum Fliegen bringen will, braucht eben beide Flügel.

**Veranstalter
Organizer**
NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Germany
T +49 9 11 8606-0
F +49 9 11 8606-8228
info@vivaness.de
www.vivaness.de
www.vivaness.com

**Vorsitzender des Aufsichtsrates
Chairman of the Supervisory Board**
Albert Füracker, MdL
Bayerischer Staatsminister der
Finanzen und für Heimat
Bavarian State Minister of Finance
and Regional Identity

**Geschäftsführer
CEOs**
Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

**Registergericht
Registration Number**
HRB 761 Nürnberg

**Ideelle Träger
Supporting organizations**
COSMOS

COSMOS

NATRUE



Nürnberg, Germany 15.– 18.2.2022

VIVANESS 2022

into natural beauty



Die Tragik ist aus meiner Sicht, dass wir den Raum völlig überbewerten und die Menschen im Raum (die MitarbeiterInnen) viel zu wenig wertschätzen. Kein Kunde fühlt sich in einem Raum wohl, in dem sich die MitarbeiterInnen nicht wohl fühlen.

Erfolg folgt auf etwas Anderes – auf was?

Erfolg ist immer eine Folgeerscheinung, das sagt uns doch schon der Begriff. Erfolg ist immer eine Konsequenz beziehungsweise das Resultat von richtigem Handeln. Die Absicht bestimmt das Ergebnis, hier geht es um Authentizität, Ehrlichkeit und Relevanz.

Im Handel bedeutet Erfolg Entscheidung – Kaufentscheidung. Wie erreiche ich die Kunden und Kundinnen? Auch emotional? Wie können Erkenntnisse der Neurowissenschaft dabei helfen?

Aus meiner Sicht geht es in erster Linie darum Kundenherzen zu gewinnen und wenn uns das gelingt, dann ist die Loyalität eine Folge daraus. Menschen brauchen Zugehörigkeit, wenn wir uns zugehörig fühlen belohnt uns unser Körper mit der Ausschüttung eines Glückshormons, in diesem Falle Serotonin. Ich nenne das gerne die Loyalität der Biologie. Des Weiteren können wir uns nur entscheiden, wenn die entsprechende positive Emotion im Spiel ist. Und hier gilt das wichtigste Prinzip des neuromerchandising®: "Alles was nicht emotional ist, ist für das Gehirn wertlos!"

Wir sollten uns immer und immer wieder fragen, ob das was wir tun, eine emotionale Kraft hat, falls nicht sollten wir es bleiben lassen. Das ist meine Anregung, wie wir ganz viel Geld sparen können.

Nur wer versteht, wie wir denken, fühlen und handeln, kann das volle Potential ausschöpfen. Und genau hier liefern uns die Neurowissenschaften und die Evolutionsbiologie sehr wertvolle Ansätze und Lösungen.

Welche Rolle spielt aus Ihrer Sicht das Herz dabei?

"Alles was Herzen berühren soll, muss von Herzen kommen" – so oder ähnlich formulierte es vor vielen Jahren schon Johann Wolfgang von Goethe. Ich glaube, dass wir im Business oftmals viel zu intellektuell unterwegs sind und die Basics gelungener Kommunikation einfach vergessen haben. Wir müssen raus aus dem Kopf und voll rein ins Herz.

Nürnberg, Germany 15.– 18.2.2022

VIVANESS 2022

into natural beauty



Man spürt doch intuitiv ob die Botschaft authentisch und ehrlich ist. Und ganz nebenbei erwähnt gibt es wunderbare wissenschaftliche Erkenntnisse, warum die Herzfrequenz-Variabilität das wichtigste Bio-Signal ist. Dazu gerne mehr im Vortrag. Wir dürfen nicht vergessen, dass sich Menschen nicht so sehr daran erinnern, was man ihnen sagt, sondern immer an das Gefühl, das man ihnen vermittelt. Also sollte unser Anspruch sein, jede Begegnung mit einem guten Gefühl zu veredeln.

Customer Centricity oder Employer Centricity? Sie sagen, das Zweite gibt nicht nur im Einzelhandel den Ausschlag? Weil sich der Kunde nur wohl fühlt, wenn sich der Mitarbeiter wohl fühlt?

Das Erfolgsprinzip von heute und morgen ist aus meiner Sicht „EX“, die Employee und die Employer Experience. Geschäft beziehungsweise Business hat aus meiner Sicht immer mit Menschen zu tun und die Qualität meines Geschäftes hängt sehr stark von der Qualität meiner Beziehungen ab. Das gilt für mein Team, für meine Kunden und für den Menschen, der mir im Spiegel begegnet. Ich vergleiche gute Führung deshalb gerne mit dem Bild des guten Gärtners. Wie kann ich die Pflanzen in meinem Garten zum Wachsen bringen? Oder anders ausgedrückt, wenn Sie sich um Ihre MitarbeiterInnen kümmern, können die sich um Ihre Kunden kümmern. Happy Mitarbeiter machen Happy Kunden und die machen Happy Chefs.

Aus der Positiven Psychologie wissen wir, dass die Freude eine ganz wichtige Voraussetzung für das Gelingen ist. Die Hirnforscher nennen es "Fun makes the brain run".

Sie sagen „Veränderung ist der Preis des Überlebens“ am Kosmetik-Markt. Welche Besonderheiten sehen Sie speziell beim Thema Beauty und Kosmetik?

Seit Charles Darwin reden wir über "Survival of the fittest" - ich glaube, dass es hier oftmals zu einer missverständlichen Interpretation gekommen ist. Es geht nicht um die körperliche und/oder geistige Fitness, sondern vielmehr um die Fähigkeit der Anpassung, also dem Umgang mit Veränderung. Aus meiner Sicht sind deshalb die meisten Krisen im Kern etwas Positives: Einladungen zur Veränderung – bessere Wege finden und diese begehen. Ich glaube, dass der ein oder andere Pionier der Naturkosmetik sich von den "Großen" und den "Smarten Jungen" bedrängt fühlt. Und vielleicht ist diese

Nürnberg, Germany 15.– 18.2.2022

VIVANESS 2022

into natural beauty



Wahrnehmung eben eine Einladung sich wieder neu zu erfinden, ohne die Authentizität, die eigene Geschichte zu vergessen. Ich würde mir wünschen, dass insbesondere diese Pioniere mehr Fokus auf ihre Einzigartigkeit legen und daraus eine unwiderstehliche Geschichte formulieren, die alle gerne weitererzählen. Diese Geschichte muss im wahrsten Sinne des Wortes unter die Haut gehen.

Nachhaltigkeit ist ein Megatrend – warum gibt nur innere Nachhaltigkeit wirklich Halt?

Für mich ist der innere Halt der Halt, der uns Menschen hält, wenn alles andere nicht mehr hält. Damit meine ich unsere Wurzeln, unsere Werte, unsere Kultur, unser Herz. Aus dieser Haltung erwächst Zuversicht und (Selbst)Vertrauen und die Überzeugung, dass wir immer einen besseren Weg finden, auch wenn wir ihn (noch) nicht sehen. Alles beginnt immer von Innen nach Außen - wenn wir also gute Früchte ernten wollen, sollten wir uns um die Wurzeln kümmern. Dann wird sich der berufliche und persönliche Erfolg wie von alleine einstellen.

Danke für das Gespräch!

Jetzt schon den Termin mit Bert M. Ohnemüller Im VIVANESS Kongress vormerken: 28.7.2022 // 11:30 - 12:30 Uhr: Veränderung ist der Preis des Überlebens am (Kosmetik-)markt. Neues aus der Welt des Neuromerchandising®

Ansprechpartner für Presse und Medien BIOFACH und VIVANESS

Barbara Böck, Saskia Viedts
T +49 9 11 86 06-83 29
saskia.viedts@nuernbergmesse.de

Alle Presstexte sowie weiterführende Infos unter:

www.vivaness.de/news

Weitere Services für Journalisten und Medienvertreter unter:

www.vivaness.de/presse