



17.-19.2.2021

VIVANESS: Kolumne Elfriede Dambacher

Über Anfangen und Auflösen

Kein anderes Jahr wie 2020 diene vielen Branchen als Katalysator, ihre Stärken und Schwächen genauer anzuschauen. Ich habe das Jahr über mit Verwunderung wahrgenommen, dass viele Kosmetikmarken ihre Werbebotschaften nicht anpassten und wie eh und je die üblichen Floskeln verbreiteten. Mein besonderes Interesse galt der Naturkosmetikbranche. Während auf der ganzen Welt Menschen gezwungen waren, sich auf die Ausnahmesituation einzustellen, mit Home-Office, Home-Schooling und Lockdown klar kommen mussten, änderte sich in der Werbung kaum etwas.

Die Menschen wollen es sich zu Hause gut gehen lassen und setzen auf Qualität. Das kam den Marken zugute, denen die Käuferinnen und Käufer vertrauten. Überproportional profitierten davon auch Naturkosmetikmarken. Vor allem jene, die es verstanden, eine unverwechselbare Botschaft in diesen besonderen Zeiten zu vermitteln. Umso mehr wunderte mich, dass viele Marken ihre Werbebotschaften nicht nachjustierten. Stattdessen las ich Anzeigen, die die oft austauschbaren Produktversprechen wiedergaben. Da war von der Empfehlung zu lesen, man solle doch „mal seine Haut verwöhnen“ bis hin zu Tipps für den „Glamourlook für die Sylvester Party“, die ja nicht mal stattfinden konnte. Ich hätte mir im zurückliegenden Jahr eine präzisere Vermittlung des unmittelbaren Nutzens von Naturkosmetik gewünscht.

Darüber hinaus wurde in der Kosmetikbranche und in der Naturkosmetikbranche viel gespendet, es wurden Desinfektionsmittel hergestellt und jede Menge Hilfe geleistet, doch in der Flut der Nachrichten war dieses Engagement kaum zu entdecken. Schade, eigentlich. Ich finde, da darf die Naturkosmetikbranche ruhig lauter werden. Denn der „Purpose“ bestimme zunehmend die Kaufentscheidung, sagen die Experten und da hat Naturkosmetik ja einiges zu bieten. Ich stimme der Meinung zu: Je näher die Marke und die Händler am „realen Leben“ dran sind, umso erfolgreicher sind sie.

**Veranstalter
Organizer**
NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Germany
T +49 9 11 86 06-49 09
F +49 9 11 86 06-49 08
besucherservice@nuernbergmesse.de
www.biofach.de
www.vivaness.de

**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

**BIOFACH
Internationaler Schirmherr
International Patron**



**Nationaler Ideeller Träger
National supporting organization**

BÖLW
Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

**VIVANESS
Ideelle Träger
Supporting organizations**

COSMOS



NATRUE





17.-19.2.2021

Deshalb freue ich mich auch auf das BIOFACH/ VIVANESS 2021 eSPECIAL im Februar. Da bin ich so nah und real am Puls der Zeit in Sachen Naturkosmetik, wie es nur geht.

Und natürlich hoffe ich für 2021, dass wir nicht nur die Pandemie in den Griff kriegen, sondern, dass Marken und Händler die richtigen Schlussfolgerungen aus der Analyse 2020 ziehen. Ein Zurück zur Zeit vor Corona wird's nicht geben. Auflösen was nicht zukunftsfähig ist und Anfangen, Neues zu denken und mit Mut Neues anpacken.

Elfriede Dambacher, Inhaberin von naturkosmetik konzepte, ist internationale Branchenexpertin und Buchautorin.

www.naturkosmetik-konzepte.de