



# Höchste Anforderungen

Aus der Natur kommen die Wirkstoffe dieser Produkte. Der Anspruch und die Anforderungen sind hoch – die verwendeten Ingredienzen sollen nicht nur von bester Qualität sein, sondern auch unter fairen Bedingungen gewonnen werden.

## STATEMENT

**ELFRIEDE DAMBACHER**

Naturkosmetik-Konzepte, Dortmund

Die Inhaberin des Beratungsunternehmens Naturkosmetik Konzepte, ist internationale Branchenexpertin, Programmvorsitzende des Naturkosmetik Branchenkongresses und Herausgeberin verschiedener Marktstudien. [www.naturkosmetik-konzepte.de](http://www.naturkosmetik-konzepte.de)



## Nicht binden, sondern verbinden

Kundenbindung ist ein aktuelles Schlagwort – sicher haben Sie dazu schon mal einen Ratgeber gewälzt oder einen Vortrag gehört. Starre Programme, die Kunden an das Geschäft binden sollten, haben viele Jahre funktioniert. Doch Hand aufs Herz: Vielerorts ist zu beobachten, dass die Kundenbindung so nicht mehr funktioniert und die Frequenz weiter abnimmt. Dass sich Kunden heute nicht mehr so loyal verhalten, hat viele Ursachen. Im Fachhandel werden Komponenten wie Beratung und Service hervorgehoben, doch eine Kundenkarte allein oder ein Glas Sekt am Samstag reichen einfach nicht mehr aus, um neue Zielgruppen anzusprechen. Ganz zu schweigen von der fehlenden Präsenz neuer Trendprodukte, wie etwa ethisch und ökologisch korrekter Premium-Kosmetikmarken. Im Zeitalter überschneidender Einkaufsmöglichkeiten und zunehmender Individualisierung müssen Konzepte her, die Kunden nicht binden, sondern sie emotional mit dem Geschäft verbinden.

Dazu gehört an erster Stelle eine schonungslose Analyse, wie individuell und persönlich der Kundenkontakt in Ihrem Geschäft wirklich stattfindet. Ziehen Sie daraus die richtigen Schlüsse und leiten Sie davon neue Komponenten in der Kundenansprache und im Sortiment ab, sind Sie auf dem richtigen Weg: Sie erweitern damit das Angebot für eine kaufkräftige Zielgruppe. Gehen Sie neue Wege und testen Sie aus, was funktioniert. Wenn es gelingt seine Kunden zu überraschen, bleibt in Erinnerung. Gerade bei Kosmetik spielen Individualität, Exklusivität und die emotionale Verbindung zum Einkaufsort eine große Rolle. Ich lasse mich häufig in Parfümerien beraten, doch gerade wenn es um Naturkosmetik geht, erlebe ich selten eine gute Beratung, schon gar nicht auf Augenhöhe. Ein Fehler, denn grüne Beautyprodukte sind bei der wachsenden Zielgruppe der Millennials beliebt. Und unter den 800 000 neuen Käufern, die im letzten Jahr erstmalig Naturkosmetik ausprobiert haben, waren sicher auch Parfümeriekunden.

Fotos: shutterstock/ Zamurovic Photography

**UND GRETEL** Mut zur Farbe beweist der Tagarot Lipstick im Farbton Love Berry 07. Mit dem lebendig-vibrierenden Rot vollreifer Beeren. We love!



**KORRES** Zart-floral-fruchtiger Duftregen unter der Dusche: Das Showergel weckt mit dem verführerischen Bouquet von blühendem Jasmin und belebender Bergamotte. Wer es lieber spritzig-frisch-würzig mag, wählt die Variante Ginger Lime mit Ingwer und Limette.

**LIVING NATURE** Skin Revive Exfoliant kombiniert effektive Reinigung mit Peeling. Natürliche Jojoba- und Candelilawachskügelchen peelen sanft. Der natürliche Seifenextrakt der neuseeländischen Kumerahouplanze sorgt gleichzeitig für eine gründliche, aber milde Reinigung. [www.cobicos.de](http://www.cobicos.de)



**MÁDARA** Die Booster Ampullen der lettischen Naturkosmetik ([madaracosmetics.de](http://madaracosmetics.de)) sorgen mit hochkonzentrierten Wirkstoffen für strahlende Haut. Als Allrounder agieren die Antioxidant Energiser Booster Ampoules. Die Formel enthält Erdbeersamenöl mit Antioxidantien. Genau richtig bei ungleichmäßigem Hautton und Anzeichen von Müdigkeit.