

Modernes Naturkosmetik Camp

Informieren, kooperieren und netzwerken – dazu trafen sich rund 130 Produzenten, Rohstofflieferanten und Verbraucher der Bio- und Naturkosmetikbranche Ende Juni in Tirol. Die Veranstaltung ist als Bar Camp mit Workshops und Vorträgen konzipiert.

NICOLE GALLIWODA

➤ Aller guten Dinge sind drei: Neben dem *Naturkosmetik Branchenkongress* in Berlin und der *Vivaness* in Nürnberg traf sich die Naturkosmetik-Branche nun zum zweiten Mal zu einem Bar Camp in Tirol. Bei solch einer offenen Tagung schlagen die Teilnehmer die Themen selbst vor und entscheiden auch, welche davon anschließend auf die Tagesordnung kommen. Zwei wichtige Branchenthemen wurden auch in Tirol diskutiert.

Vegane Kosmetik: Verbraucher sind verwirrt

In dem Workshop „Vegan leben – vegan pflegen“ stellte Beate Vogel vom *Naturkosmetik Verlag* die Ergebnisse einer Online-Umfrage mithilfe der App *biopinio* unter 674 bio-affinen Verbrauchern vor. Laut Vogel ist die Verträglichkeit auch für Veganer die größte Kaufmotivation, einen hohen

kosmetik beleuchtete Günter Reichelt von der unabhängigen Plattform *kosmetikanalyse.de*. Er befürchtet, dass die Kosmetikindustrie diese Richtlinie über „technische Definitionen und Kriterien für natürliche und ökologische kosmetische Bestandteile und Erzeugnisse“ massiv zu Werbezwecken nutzen wird, um in den Markt zu drängen. Wer Naturkosmetik verkaufen will, sollte deshalb ihre Wirksamkeit in den Vordergrund stellen, so sein Rat. Auf bio und natur käme es Verbrauchern erst an zweiter Stelle an.

Diese und weitere Ergebnisse der Workshops sind auch online nachzulesen unter www.naturkosmetikcamp.com ■



„Wir sind viele“ – unter diesem Motto diskutierten die Teilnehmer des zweiten Naturkosmetik Camps in Tirol selbstgewählte Themen rund um Naturkosmetik.

Stellenwert hat auch der Tierschutz. Zugleich sei ihnen ein Tierschutz-Siegel wichtiger ist als ein Vegan-Siegel ist. „Dabei sind Tierversuche bei Kosmetik in Deutschland schon viele Jahre verboten“, so Beate Vogel. Nicht nur bei diesem Thema zeigten sich Unklarheiten bei den Verbrauchern. Das gilt auch für den Begriff Naturkosmetik, hinter dem viele automatisch vegane Kosmetik vermuten. Eine weitere Online-Umfrage mit 162 Teilnehmern ergab: Nur etwa die Hälfte von ihnen kennt den Unterschied zwischen Bio- und Naturkosmetik.

Die Risiken und Chancen der neuen ISO-Norm für Natur-

Drei Fragen an... Wolfgang Falkner

BioHandel: Das Teilnehmerfeld ist breit, vom Rohstofflieferanten bis zum Endkunden, hat sich das Konzept bewährt? Auf jeden Fall. Wir wollen diese Mischung beibehalten. Sie erlaubt es allen, die Perspektive zu wechseln und neue Impulse zuzulassen. Sonst läuft man Gefahr „betriebsblind“ zu werden.

BioHandel: Was ist der Vorteil eines Bar Camps gegenüber anderen Branchentreffs? Mit einem Bar Camp lassen sich Trends besonders gut analysieren, weil die Teilnehmer selbst die Themen vorschlagen und festlegen. Die Atmosphäre ist dadurch sehr tolerant, locker und offen.

BioHandel: Welches Thema war der Favorit? In mehreren Workshops kam klar heraus, dass die Positionierung im Handel wichtig ist. Da gilt es, nicht nur Inhaltsstoffe und Wirksamkeit zu betonen, sondern auch ethisches Handeln, etwa die Unterstützung fairer Rohstoffprojekte.



Wolfgang Falkner, Initiator und Projektleiter des Naturkosmetik- und SpaCamps