

# INHALT

4



Stephan Seidel, VKE: Chancen ergreifen **08**



Martin Ruppmann, VKE: Piraterie bekämpfen **12**



Zoll und Industrie: Ringen mit den Fälschern **22**

## 65 JAHRE VKE-KOSMETIKVERBAND

- 06** GRUSSWORT – Bundeswirtschaftsministerin Brigitte Zypries sagt, warum Kosmetik einen Beitrag zum guten Lebensgefühl leistet
- 07** EINBLICK – VKE-Präsident Stephan Seidel will Herausforderungen gemeinsam mit dem Handel bewältigen
- 08** STARKE STIMME – Seit 65 Jahren vertritt der VKE-Kosmetikverband die Interessen der hochwertigen Kosmetikerhersteller
- 12** INTERVIEW – Die digitale Transformation erfordert eine neue Dimension der Veränderungsbereitschaft
- 16** DEPOTKOSMETIK – Das Internet und der Graumarkt beschädigen das Luxusimage der Marken. Zeit für eine konsequente Verteidigung
- 19** VERBRAUCHERSCHUTZ – Wie wird das Thema von Konsumenten wahrgenommen? Wie gut sind die Bundesbürger darüber informiert?
- 20** GEFÄHRLICHER SCHEIN – Produkt- und Markenpiraterie gefährden die Gesundheit. Verbraucher müssen sensibilisiert werden
- 22** STETER TROPFEN – Gemeinsam mit dem Zoll kämpft der VKE gegen Produkt- und Markenpiraterie
- 26** AUFKLÄRUNG – Im Kampf gegen Produktpiraten setzen sich Markeninhaber unermüdlich dafür ein, Fälschern das Handwerk zu legen
- 30** INDIVIDUALITÄT – Drogeriemärkte und E-Commerce bedrohen den Parfümeriefachhandel. Neue Konzepte sind gefordert
- 32** SEAMLESS SERVICE – Im Handel gilt es, Silos aufzubrechen, Kanäle zu integrieren und zu synchronisieren. Digitale Services sind zentral
- 36** SERVICE – Worauf achten Konsumenten beim Kauf von Kosmetika? Und wie zufrieden sind die Verbraucher mit dem Angebot?
- 38** KREATIV BRILLIEREN – Beauty-Marken kommen um zielgruppenrelevante Online-Werbung nicht herum
- 40** TOUCHPOINTS – Wie lautet die richtige Multichannel-Strategie und wie entwickelt sich der Online-Handel weiter?
- 44** ENTSCHEUNIGUNG – Die Customer Journey von Premium- und Luxuskunden ändert sich. Marken müssen aktiv werden

<b>48</b>	<b>DIGITALISIERUNG</b> – Das Geschäft mit Luxuskosmetik gilt als robust, ist aber ständig im Wandel. Welche Rolle spielen dabei die Millennials?
<b>52</b>	<b>'MADE IN GERMANY'</b> – Interview über Qualitätsversprechen, ehrlichen Luxus und die Vorlieben internationaler Kunden
<b>56</b>	<b>MEHR WAGEN</b> – Wenn es darum geht, Trends zu erkennen und Innovationen zu entwickeln, sind Kosmetikunternehmen oft Vorreiter
<b>60</b>	<b>INS RAMPENLICHT</b> – Naturkosmetik ist längst kein Nischenprodukt mehr. Was ist das Erfolgsgeheimnis grüner Kosmetik?
<b>63</b>	<b>DUFT</b> – Parfüm ist nicht nur ein Kulturgut, sondern auch ein erheblicher Wirtschaftsfaktor. Zentral sind dabei Innovationen
<b>68</b>	<b>VKE-VORSTAND</b>
<b>69</b>	<b>VKE-MITGLIEDERVERZEICHNIS</b>
<b>70</b>	<b>VKE-FÖRDERKREISMITGLIEDER</b>



## IMPRESSUM

65 Jahre VKE+  
 Markenartikel-Sonderheft  
 Juni 2017

Herausgeber:  
 VKE - Verband der Vertriebsfirmen  
 Kosmetischer Erzeugnisse e.V.  
 Unter den Linden 42  
 10117 Berlin  
 Tel. +49 30/206168-22  
 Fax. +49 30/206168-722  
 E-Mail: info@kosmetikverband.de

Produktmanagement:  
 Martin Ruppmann, Antje Brüne

Verlag:  
 New Business Verlag GmbH & Co. KG  
 Nebendahlstr. 16  
 22041 Hamburg  
 Fon: 040 / 60 900 9-0  
 Fax: 040 / 60 900 9-15  
 E-Mail: redaktion@markenartikel-magazin.de  
 www.markenartikel-magazin.de

Chefredakteur: Peter Strahlendorf (ps)  
 Chef vom Dienst: Vanessa Göbel (vg)

Redaktion:  
 Rebekka Hans (rh)  
 Torsten Schöwing (tor)

Autoren dieser Ausgabe (s. gekennzeichnete Beiträge)

Grafik/Layout: Daniela Rocksin  
 Titelgestaltung: Anna Ismagilova, Anita - Fotolia

Geschäftsführung: Antje-Betina Weidlich-Strahlendorf  
 Anzeigenleitung: Jens Jansen (-52)  
 Anzeigendisposition: Silke-Reyher-Timmann (-54)  
 Vertriebsmarketing: Birgit Lessen (-62)  
 Vertrieb: Angelika Schmidt (Ltg. -65), Ingrid Siegmund

Anzeigen-Preisliste: Nr. 40 vom 1. Januar 2017  
 ISSN:

Bankverbindung:  
 Hamburger Sparkasse 12 17 / 13 13 23 (BLZ 200 505 50)  
 Commerzbank 48 22 821 (BLZ 200 400 00)  
 Ust.-Id.-Nr.: DE 217 920 773

Das Heft und alle enthaltenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt.  
 Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist die Verwertung nur mit schriftlicher Einwilligung des Verlages erlaubt.

Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Datenträger und Fotos wird keine Haftung übernommen.  
 Namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

Copyright Markenartikel 2017

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH, Norderstedt

Schutzgebühr: 15,- Euro