

erstellt: 21.03.2009

"Wir sind Deutschland" - Spitzenkosmetik made in Germany!

O-Ton: Achim Öchsner, Mitglied der Geschäftsführung von Créateurs Cosmétiques und Vertreter der Maxim-Gruppe, Pulheim;

Dr. Andreas Leistikow, Chefredakteur, markt intern Verlag GmbH, 40237 Düsseldorf;

Dr. Silvana Koch-Mehrin, Mitglied des Europäischen Parlaments, B-1047 Brüssel;

Udo Heuser, Geschäftsführender Gesellschafter, Beauty Brands International BBI, 76530 Baden-Baden;

Michael Lindner, Geschäftsführer, Annemarie Börlind Natural Beauty, 75365 Calw-Altburg

Länge: 3:10 (einfach kürzbar)

Autor: Lokalredaktion

Info: Ein sehr bunter Beitrag mit Branchenkennern und Unternehmern zum Thema "Spitzenkosmetik made in Germany". Im weltweiten Markt sind die deutschen Marken nur selten vertreten - warum? Was kann man ändern? Wer wird Gewinner der Zukunft sein?

Anmoderation: In Düsseldorf findet derzeit die Beauty 2009 statt. Auf der internationalen Messe geht es unter anderem um das Thema Kosmetik. Doch wo sind da eigentlich die deutschen Produkte? Wer international unterwegs ist, der findet beispielsweise auf den Flughäfen der Welt viele internationale Angebote, doch von hier kommt da relativ wenig. Das soll sich nun ändern und aus diesem Grund wurde jetzt das Forum "Spitzenkosmetik made in Deutschland" ins Leben gerufen. Tim Sauerwein berichtet.

Beitragstext: In anderen Branchen spricht man von der wirtschaftlichen Uhrzeit "5 vor 12", bei der Kosmetik sieht das etwas anders aus - der Markt stagniert, besser als Umsatzeinbrüche. Die wird es bei guten Herstellern auch nicht geben, sagen Unternehmer wie Achim Öchsner, Mitglied der Geschäftsführung von Créateurs Cosmétiques und Vertreter der Maxim-Gruppe.

O-Ton

Und in punkto Schönheit dürfen wir Deutschen ein Wörtchen mitreden, immerhin arbeiten hierzulande beispielsweise 43.800 registrierte Kosmetikerinnen. Doch mit 80% der Umsätze im Inland hat man die Globalisierung in dem Bereich Kosmetik-Herstellung anscheinend verpasst. Dr. Andreas Leistikow, Chefredakteur einer Zeitschrift für den Parfümerie- und Kosmetik-Markt

O-Ton

Das Vorhaben hat einen Namen "Forum - Spitzenkosmetik made in Germany" - und das Forum hat eine Schirmherrin - Dr. Silvana Koch-Mehrin, Mitglied des Europäischen Parlaments.

O-Ton

Das Unternehmen Marbert war so ein mittelständisches Unternehmen - 1986 betrug das Umsatzvolumen noch 50 Millionen Euro, umgerechnet - bis heute hat sich der Umsatz halbiert. Lizenzinhaber Udo Heuser.

O-Ton

Und wie der Erfolg mit "made in Germany" aussehen kann, zeigt Michael Lindner auf. Das 1959 gegründete Familienunternehmen setzt heute auf "Naturkosmetik" - ein Gewinner in der Branche, mit 45% Exportumsatz. Aber der Boom kommt erst noch, dank Wirtschafts- und Finanzkrise.

O-Ton

Das WIR-Gefühl gibt es seit der Fußball-WM auch in der Kosmetikbranche, gemeinsam möchte man stark sein und andere Bereiche unterstützen "made in Germany", sagt Dr. Andreas Leistikow von der Zeitschrift "markt intern".

O-Ton

Wirksamkeit, Verlässlichkeit und Verträglichkeit, das bedeutet auch in der Spitzenkosmetik der Zusatz "made in Germany"

Tim Sauerwein, Düsseldorf / Aus Düsseldorf, Tim Sauerwein

zum Beitrag gehörende mp3-Datei:

BH09_madeinGermany_BTR.mp3