



Presseinformation

VKE-Treff 2020 – Kompakt

New Normal nach Corona: Kreativität. Kanäle. Konsumenten.

Berlin 7.10.2020: Rund 80 Gäste aus Industrie, Handel und Medien waren beim diesjährigen VKE-Treff Kompakt im Thurn und Taxis Palais in Frankfurt/ Main zu Gast.

„Mit dem VKE-Treff Kompakt hat das VKE-Team ein straffes, informatives und trotz aller notwendigen Hygiene-Vorschriften bzw. Abstands-Regeln kommunikatives Präsenz-Angebot gewagt“, erläutert Markus Grefer, VKE-Präsident und Geschäftsführer PUIG Deutschland. „Das außergewöhnliche und dennoch mit größtmöglicher Normalität umgesetzte Tagungskonzept erschien uns diesem "besonderen Jahr" und der Situation angemessen.“

Von Seiten der Gäste gab es ausschließlich Lob für die sichere und dennoch kommunikative Lösung im Ausnahme-Jahr. „Endlich mal wieder live und in Farbe zusammen sein, zwar mit Abstand, aber trotzdem face-to-face diskutieren, in einem Saal direkt Vorträge ohne Leitungsstörungen bzw. Ton- oder Bildausfälle aufnehmen: einfach großartig. Wir danken unseren disziplinierten Gästen, die all dieses mit möglich gemacht haben“, ergänzt Martin Ruppmann, Geschäftsführer VKE-Kosmetikverband.

Der Nachmittag stand unter dem Motto: New Normal nach Corona: Kreativität. Kanäle. Konsumenten. Nach einer gewohnt pointierten und bereits inhaltsschweren Einführung durch den Capital Chefredakteur und Moderator des Nachmittags Horst von Buttlar folgten drei weitere inspirierende und ideengebende Präsentationen:

Thomas Ebenfeld, Concept m und **Andreas Rauscher**, BSS: Neue Freiheit oder alte Werte - Strategien für Marken im Corona New Normal.

Eine der Hauptideen lautete, dass wir heute mit stärkeren inneren Widersprüchen leben. Das führt zu einem paradoxen Spannungsfeld, das wiederum eine

Identitätsfragmentierung oder auch Orientierungslosigkeit zur Folge hat. Das Spheres of Brand Impact Modell stellt hier einen Kompass für die Markenführung dar.

Dr. Tanja Boga, mediaplus: Lifestyle and Lifestyle-Typologies in der Post-Covid-Ära und deren Relevanz für die Kosmetikbranche.

Der Vortrag beleuchtete, wie die Krise den Konsumenten verändert hat, was davon mittelfristig bleiben wird und was das für die Kosmetikbranche bedeuten könnte.

Dr. Jörg Meurer und **Daniel Ohr**, Keylens Management Consultants: Generation(en) Beauty Reloaded - Update Konsumgenerationen 202X und Implikationen unter Corona.

Die Referenten kamen zu dem Ergebnis, dass kurzfristig viele der alten Schauplätze von sehen und gesehen werden verwaist sind. Das kommt garantiert zurück, aber in welcher Form. Online und POS haben heute fast die gleiche Informationsrelevanz. Generationen sind keine statischen Cluster. Durch geschichtliche Ereignisse, Umbrüche in der Gesellschaft geprägt, entwickeln sie sich in sich weiter. Daher ist die Kenntnis der Generationen für das Management von Marken und Produkten höchst relevant. Die jungen Alten auch „SAYAH“ – Silver Ager Young At Heart sind die neue, relevante Zielgruppe.

Die Präsentationen werden in Kürze auf der Homepage des VKE als download bereit stehen.

Den Ausklang bildete ein Meet & Greet im Innenhof des Thurn & Taxis Palais auf dem Areal der Parfümerie Kobberger. Reichlich frische Luft und der notwendige Abstand boten den Rahmen für weiteren Gedankenaustausch und persönliche Gespräche bei Burgern und einem Glas Wein.

Der nächste VKE-Treff 2021 findet in gewohntem Format am **15. Juni 2021** in Berlin statt.

Ansprechpartner

VKE-Kosmetikverband

Martin Ruppmann, Geschäftsführer

ruppmann@kosmetikverband.de

Antje Brüne, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

info@presse-bruene.de

Der VKE-Kosmetikverband, Berlin wurde 1952 in Frankfurt am Main gegründet und nimmt die gemeinsamen Berufs- und Fachinteressen der Distributeure bzw. Hersteller selektiv vertriebener Duft- bzw. Kosmetikprodukte in Deutschland wahr. Mitglieder des VKE sind heute mehr als 60 deutsche Vertriebstöchter ausländischer Stammhäuser bzw. inländische Kosmetikproduzenten, die über 250, zum Teil weltbekannte Marken und einen Umsatz von deutlich über 2,1 Mrd. € repräsentieren.