

Martin Ruppmann

**Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Mitglieder, liebe Freundinnen und Freunde
des VKE,**

ein wenig Optimismus für das Beautybusiness scheint endlich angezeigt - auch wenn die Konsumentinnen und Konsumenten u.a. aufgrund des fortdauernden Ukrainekriegs mit all seinen Auswirkungen auf die Energieversorgung etc. dann doch verunsichert sein dürften.

Der VKE-Kosmetikverband prognostiziert für das Jahr 2022 ein Plus zwischen 5 und 8 Prozent (Einverkauf in den Handel). Damit würde man sich wieder einigermaßen auf dem Niveau von 2019 bewegen.

Die Erfolgstreiber sind ganz eindeutig Damen- und Herrendüfte, aber auch die Dekorative Kosmetik kommt so langsam wieder in die Gänge.

Für die Prestigekosmetik spricht, dass es erheblichen Nachholbedarf gibt. Ferner stützen diese volatilen Zeiten den sog. kleinen Luxus, sprich: Der berühmte „Lipstickfaktor“ könnte wieder zum Tragen kommen.

Vom 1. bis 7. August treiben wir mit der Green Beauty Week gemeinsam das Thema Nachhaltigkeit in der und für die Branche voran. Schon einmal vielen Dank an unsere Partner aus Handel und Medien, die hier voller Elan die Beautymarken unterstützen.

Ich wünsche Ihnen/Euch weiterhin gute Umsätze und natürlich möglichst unbeschwerte Sommerurlaubsmonate!

Allerbeste Grüße aus Berlin

Martin Ruppmann
Geschäftsführer VKE - Kosmetikverband

KOLUMNE SCHÖNE GEDANKEN

Wohin die Liebe fällt

VKE - KOSMETIKVERBAND

VKE-Jahreswirtschaftspressekonferenz
2022

VKE Green Beauty Week 1. bis 7. August
2022

VKE-Fragebogen

Aleksandra Sourek, Geschäftsführerin a
Novation cosmetics GmbH

FRAGRANCE FOUNDATION

DUFTSTARS Fachjurysitzung 2022

VCP

VCP-Mitgliederversammlung
Joachim Singer verstorben

UNTERNEHMEN

La Prairie
BÖRLIND ist dreifach mit dem German
Brand Award prämiert
CBD VITAL feiert 5-jähriges Jubiläum!

RECHT

Inbox-Werbung in Messaging-Diensten
nur mit Einwilligung

MÄRKTE

npdgroup Markttrends kompakt

HANDEL

DOUGLAS setzt sich für mehr
Nachhaltigkeit in Beauty-Branche ein
Gesellschafterversammlung der beauty
alliance in Bremen

PERSONALIEN

Wechsel bei Bauer Advance: Natalie
Schwarz wird neue Director Marketing
Eike Lange übernimmt
Gesamtverantwortung für alle Yellow-Titel

MEDIEN

COSMOPOLITAN #SupportHer-Award
„It's Me" - BRAVO GiRL! und Instagram
starten Kampagne zur Unterstützung
junger Frauen

AWARDS

Deutscher Parfumpreis DUFTSTARS 2022

CONSUMER INSIGHTS

Glück
Mehrheit kauft Kosmetikprodukte
hauptsächlich für sich selbst

GASTBEITRAG

Wie das Weltgeschehen auf Pflege &
Beauty einwirkt

SCHON GELESEN

Weniger und besser, nachhaltig und
intuitiv

BRANCHENTERMINE

Übersicht

DUFTRANKINGS

Bestseller bei Douglas im April 2022
Bestseller bei Douglas im Mai 2022
Ranglisten der beauty alliance – YBPN
Parfümerien für April 2022
Ranglisten der beauty alliance – YBPN
Parfümerien für Mai 2022
Wir für Sie, Top Ten April 2022

Tobias Hürter

Wohin die Liebe fällt

Eines der großen Rätsel des Lebens: Warum liebt ein Mensch ausgerechnet diese eine, ganz bestimmte andere Person? Na gut, klar, sie ist so klug, schön und witzig. Aber mal ehrlich, das sind andere Menschen auch – wirklich ganz ehrlich: manche sogar noch klüger, schöner und witziger.

Weiterlesen

VKE-Jahreswirtschaftspressekonferenz 2022 Optimistische Prestigekosmetik: Umsatzplus von bis zu 8% für 2022 erwartet

Die vom VKE-Kosmetikverband repräsentierten knapp 60 führenden Unternehmen des mittleren- und gehobenen Kosmetikvertriebs in Deutschland haben ein weiteres von der COVID19-Pandemie geprägtes Geschäftsjahr 2021 überraschend gut gemeistert. Die Umsätze liegen mit einem Plus von 0,4 Prozent über den Erwartungen. Der Gesamtumsatz der Branche im Berichtszeitraum betrug 1,95 Mrd. Euro (Einverkauf in den Handel).

Das Thema Nachhaltigkeit mit all seinen vielschichtigen Facetten nimmt sowohl in den

Strategieüberlegungen als auch im operativen Geschäft von immer mehr Unternehmen des Kosmetikbusiness eine wichtige Rolle ein. Die High-End Kosmetikbranche bündelt daher ihre Kräfte für nachhaltiges Handeln in der Initiative „Sustainability Beauty Pact“, um auf dem Weg zur Erreichung ökologischer und sozialer Ziele gemeinsam voranzukommen.

2021 wurden an den deutschen Außengrenzen 283.149 gefälschte Produkte aus dem Verkehr gezogen. Das sind 58 Prozent mehr als 2020. Der Wert der beschlagnahmten Beautyprodukte betrug 2,7 Mio. Treiber der Entwicklung ist weiterhin der globale Onlinehandel. Jedes zweite gefälschte Produkt kommt aus China, jeweils ca. 15 Prozent haben ihre Herkunft in der Türkei bzw. Hongkong.

Vollständige Pressemitteilung

VKE Green Beauty Week 1. bis 7. August 2022

Gemeinsam für Schönheit mit Verantwortung lautet das Motto der Green Beauty Week, die in diesem Jahr erstmals durchgeführt wird. Organisiert vom VKE-Kosmetikverband und gemeinsam durch Industrie und Handel mit Unterstützung von Medienpartnern umgesetzt, findet das Endverbraucherereignis als Online-Format vom 01. bis 07. August 2022 statt. Ziel ist es, bei den beautyaffinen Konsumentinnen und Konsumenten Aufmerksamkeit für das Thema Nachhaltigkeit zu schaffen.

Im Rahmen der digitalen Green Beauty Week soll insbesondere transparent dargestellt werden, was die Marken in Sachen Nachhaltigkeit bereits leisten. Über 750 Produkte bei allen relevanten Handelspartnern zeigen anlässlich dieser Aktionswoche, was Kosmetik-Marken schon heute zu einem transparenten, nachhaltigen und zukunftsorientierten Umwelt- bzw. Klimaschutz beitragen.

„Der Klimawandel und die damit verbundenen Auswirkungen auf die Umwelt sind die größte Herausforderung unserer Zeit. Das heisst für uns als Selektiv-Kosmetikbranche: es gibt es keine Alternative zu nachhaltigem Handeln. Während der Green Beauty Week und natürlich auch darüber hinaus wollen wir bei den Konsumentinnen und Konsumenten Aufmerksamkeit für dieses grundlegende Thema schaffen, wollen aufklären und die Möglichkeiten von nachhaltigerem Konsum bei Beauty-Marken aufzeigen. Zudem werden wir pro online verkauftem Produkt aus dem Green Beauty Portfolio 1,00 € für den Klimaschutz spenden“, sagt Isabel Neudeck, VKE-Vizepräsidentin und Managing Director L’Oreal Luxe Germany / Austria.

„7 Tage lang werden wir als Industrie gemeinsam mit unseren Retailpartnern über nachhaltige Produktideen und innovative Sustainability-Ansätze informieren. Teilnehmen können alle Kosmetik-Marken, die die definierten Kriterien für Verpackung, Inhaltsstoffe, Produktion oder Verantwortung erfüllen“, erläutert Yvonne Rostock, VKE-Vizepräsidentin und Managing Director COTY Deutschland/Österreich/Schweiz.

Die Green Beauty Week ist Teil des **Sustainability Beauty Pact**, der im April 2022 ins Leben gerufen wurde. Der VKE-Kosmetikverband hat es sich mit dieser Initiative zum Ziel gesetzt, möglichst viele Hersteller, Handelsunternehmen sowie Lieferanten von Rohstoffen bzw. Vorprodukten zur Teilnahme an Nachhaltigkeitsinitiativen zu motivieren und die Öffentlichkeit über die grüne Mission und die Aktivitäten der Branche zu informieren.

Bis zum VKE-Treff 2022 am 26. September 2022 in Berlin soll zudem eine **Green Charta** für die Branche erarbeitet. Diese bietet den Branchenunternehmen dann die Möglichkeit, sich zu gemeinsamen Nachhaltigkeitszielen zu verpflichten.

„Die Green Charta wird den Weg beschreiben, auf dem sich viele Kosmetikunternehmen bereits befinden, der aber sicherlich noch ein langer ist. Sie dient zudem als Impuls und Signal für all diejenigen Unternehmen, die sich dieser Reise noch nicht ganz so weit vorangekommen sind bzw. sich nun erst anschließen,“ sagt Martin Ruppmann, VKE-Geschäftsführer.

Aleksandra Sourek
Fotocredit: Maurice D. Lohrke

Aleksandra Sourek, Geschäftsführerin a Novation cosmetics GmbH

Seit wann bist Du in der Kosmetikbranche und in welchen Funktionen warst Du schon tätig?

Meine Leidenschaft für die Kosmetik war eigentlich schon immer da. Mit 13 Jahren haben meine beste Freundin und ich in der Küche Cremes angerührt, mit Duftnuancen versehen, abgefüllt und dann am Wochenende auf dem Camden Market in London verkauft. Meine ersten Fußstapfen im Vertrieb. Diese Welt hat mich unglaublich fasziniert und ich habe mir immer gewünscht, ein Teil davon sein zu dürfen.

Weiterlesen

DUFTSTARS Fachjurysitzung 2022

Die Nominees für den deutschen Parfumpreis DUFTSTARS stehen fest!

Bei der Jury-Sitzung vor zwei Wochen wurden die Düfte für die 30. DUFTSTARS-Verleihung gewählt.

Deutscher Parfumpreis DUFTSTARS 2022 - Die Nominees

VCP-Mitgliederversammlung

Rund 25 VCP-Mitglieder haben sich am 31. Mai/01. Juni in Berlin zur Ordentlichen Mitgliederversammlung 2022 getroffen. Auftakt war ein Abend im SAP Data Space mit einer inspirierenden Dinner Speech zum Thema „Deutschland und die Welt im Wertewandel“ von Bonsai Geschäftsführer Jens Krüger.

Am Folgetag wurde konstruktiv über den Status, die Veränderungen und Perspektiven der Branche diskutiert. Argumente und Ideen lieferten zudem der Vortrag von Brigitte Liermann, Different, zu „Digital Experiences – Chancen für die Kosmetik“ sowie die Überlegungen von Ulrich Eggert zur längerfristigen Zukunft der Handelsstrukturen in Deutschland.

Für die zweite Jahreshälfte plant der VCP (Verband Cosmetic Professional) mit dem Partner Bonsai die Durchführung einer umfassenden Studie, in der das aktuelle Stimmungsbild in der Branche, d.h. bei den Betreiber:innen von Instituten sowie den Kunden und potenziellen Neukunden untersucht wird. Ziel ist es Chancen, Risiken, Herausforderungen und Trends gesamthaft zu erfassen und den Unternehmen ein Steuerungstool zur Verfügung zu stellen.

Joachim Singer verstorben

Anders Als Andere, Besser Als Andere – so stand es schon auf seinen ersten Preislisten zu lesen. Joachim Singer – bekannt für seine Produkt-Innovationen im Haar- und Hautpflegebereich – hatte einen hohen Anspruch an sich selbst. Am 6. Mai ist er friedlich in seinem Haus verstorben.

1929 in Potsdam geboren verließ der gelernte Drogist nach dem Krieg seine Heimat, um in Hamburg sein Talent zu erproben. Nach mehreren Stationen in leitender Position in der kosmetischen und pharmazeutischen Industrie, gründete er im Jahre 1967 das heutige

Unternehmen SINGER-KOSMETIK GmbH.

Von Beginn an legte er bei den Entwicklungen der Produkte den Fokus auf das Thema Gesundheit und suchte die Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen wie zum Beispiel dem Krebsforschungszentrum in Heidelberg.

Die Ergebnisse inspirierten ihn zu der Entwicklung eines Farbschaumfestigers. Diese Arbeit führte zu seiner ersten Patentanmeldung im Jahr 1972. Der Erfolg dieser Entwicklung sorgte nicht nur für ein stürmisches Wachstum der Firma, sondern brachte ihm auch den Titel „Vater der Schaumfestiger“ ein. Es folgten zahlreiche weitere Produkt-Innovationen und die Firmenerweiterung nach Mauer bei Heidelberg.

Ein Meilenstein war die Entwicklung des Singer-Verfahrens zur Herstellung von Haar- und Hautpflege-Produkten völlig ohne jegliche Konservierungsmittel, die auch in eine umfangreiche Dissertation an der Universität Heidelberg mündete.

Neben der Gesundheit von Haut und Haar bewegte ihn schon früh das Thema Nachhaltigkeit. So ist es auf seine Initiative zurückzuführen, dass die eigenen Kosmetik-Produkte seit über 30 Jahren im Pfand-System angeboten werden, um Verpackungsmüll zu vermeiden und Rohstoffe sinnvoll zu nutzen.

Ihn faszinierte die Natur und die Kraft der Pflanzen zur Förderung und dem Erhalt der Gesundheit. Bis zum Schluss experimentierte er in seinem Labor.

„Wir verlieren mit ihm einen innovativen Vordenker, der häufig seiner Zeit voraus war“ so Jürgen Singer, Sohn des Firmengründers und Geschäftsführer in zweiter Generation.

La Prairie

Seit jeher war die Welt von La Prairie mit der Welt der Kunst untrennbar miteinander verbunden: von der künstlerischen Fülle der Clinique La Prairie in Montreux bis zu einer wegweisenden Begegnung mit der zeitgenössischen Künstlerin Niki de Saint Phalle.

Weiterlesen

BÖRLIND ist dreifach mit dem German Brand Award prämiert

Die Marketingkampagne zu den goldenen Augenpads, einer Co-Creation mit Influencerin Farina Opoku, sowie das im September 2021 umgesetzte Influencer-Event der Naturkosmetikmarke ANNEMARIE BÖRLIND – Natural Beauty wurden in insgesamt drei Kategorien mit dem German

Brand Award 2022 ausgezeichnet.

Weiterlesen

CBD VITAL feiert 5-jähriges Jubiläum!

Mit dem Ziel, das Wohlbefinden der Menschen durch Pflanzenkraft zu verbessern, haben die vier Gründer Thomas Sulzer, Mag. pharm. Matthias Schöggel, Dr. Klaus Bechter und Peter Binder vor 5 Jahren ins Schwarze getroffen.

Weiterlesen

Dr. Amir Heydarinami

Inbox-Werbung in Messaging-Diensten nur mit Einwilligung

Bei der Umsetzung von Werbe-Kampagnen bedienen sich Hersteller regelmäßig an Werbeagenturen. Dabei bleibt zu beachten, dass die Hersteller für die Handlungen der Werbeagenturen gegenüber Verbrauchern und anderen Marktteilnehmern haften – so auch in dem Fall eines kürzlich veröffentlichten Urteils, in dem der Bundesgerichtshof die Voraussetzungen für Inbox-Werbung im Einklang mit einer vorgehenden Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs klargestellt hat: Inbox-Werbung in einem E-Mail-Dienst ist ohne Einwilligung des Verbrauchers eine unzumutbare Belästigung.

Weiterlesen

npdgroup Markttrends kompakt

Sonnenpflege liegt dank des sonnigen Frühlings im Mai +3% über dem Ergebnis von 2019.

Produkte mit Lichtschutzfaktor 50 sind die Treiber und wachsen mehr als +50% im Vergleich zum Mai 2019.

Quelle: Npdgroup POS Beauty Trends Deutschland | Sonnenpflege | Mai 2022

DOUGLAS setzt sich für mehr Nachhaltigkeit in Beauty-Branche ein

DOUGLAS hat sich zum Ziel gesetzt, zu einer treibenden Kraft für mehr Nachhaltigkeit in der Beauty-Branche zu werden. Im Sortiment und insbesondere bei den Eigenmarken setzt Europas führender Anbieter für Premium-Beauty verstärkt auf Clean Beauty und Naturkosmetik.

Weiterlesen

Geschäftsführung und Aufsichtsrat der
beauty alliance

Gesellschafterversammlung der beauty alliance in Bremen

Die beiden Geschäftsführer Christian Lorenz und Frank Haensel stimmten die Gesellschafter mit einem Rückblick auf die Geschäftsentwicklung in 2021 ein: „Trotz der spürbaren Einflüsse in Folge der Corona-Pandemie konnten wir 2021 erneut ein sehr gutes Jahresergebnis von neun Millionen Euro nach Steuern erzielen. Nach Berücksichtigung von unterjährigen Ausschüttungen an die Gesellschafter lag dieses Ergebnis noch über dem des Geschäftsjahres 2020. Die Eigenkapitalquote betrug zum Stichtag 61 Prozent. Wir sind insgesamt weiterhin sehr gesund und solide aufgestellt. Das hilft vor allem in stürmischen Zeiten, denen wir auch in 2022 vor dem Hintergrund der weiteren Einflussfaktoren, wie den Auswirkungen des Krieges in der Ukraine, Energiepreisexplosionen, Inflation entgegenblicken.“

Weiterlesen

Katrin Seifarth

Wie erhole ich mich wirklich

Frage:

In meinen letzten Urlauben habe ich mich immer weniger erholt. Mich haben die letzten Monate sehr viel Kraft gekostet. Jetzt habe ich einen richtig langen Urlaub vor mir und will sicher gehen, dass ich mich auch wirklich erhole. Gibt es Tipps?

Weiterlesen

Natalie Schwarz, Bauer Advance
Credit: Detlef Overmann

Wechsel bei Bauer Advance: Natalie Schwarz wird neue Director Marketing

Natalie Schwarz wechselt zum 1. Juli 2022 als Director Marketing in die Geschäftsleitung von Bauer Advance. Seit 2015 gehört sie zum Marketingteam der Vermarktungsorganisation der Bauer Media Group für das deutsche Publishinggeschäft: Aktuell leitet sie als Head of Marketing das Branchenteam Beauty & Fashion und ist für die Medienmarken der Segmente Women, Lifestyle und Teenage verantwortlich. Sie folgt in ihrer neuen Rolle auf Hilleken Zeineddine.

Hilleken Zeineddine hat sich aus persönlichen Gründen entschieden, die Bauer Advance zum 30. September zu verlassen.

Eike Lange, Chefredakteur Yellow

Eike Lange übernimmt Gesamtverantwortung für alle Yellow-Titel

Chefredakteur Eike Lange übernimmt die Gesamtverantwortung für alle Titel im Bereich Yellow. Das sind Neue Post, Das neue Blatt, Freizeitwoche, das neue, Schöne Woche, Woche heute. Nach dem Umzug der Rastatter Yellow-Titel nach Hamburg im Sommer 2020 werden die unterhaltenden Frauenzeitschriften der Bauer Media Group ab sofort nicht nur betriebswirtschaftlich, sondern auch redaktionell aus einer Hand geführt. Damit folgt das Unternehmen dem strukturellen Vorbild zum Beispiel im Bereich der Womens Weeklies: Hier sind bereits mehrere Titel, deren Bündelung sowohl inhaltlich als auch in Bezug auf die Zielgruppe sinnvoll ist, auf Verlags- und Redaktionsseite erfolgreich zusammengeführt. Das Ziel ist es, die Qualität der einzelnen Titel weiter anzuheben und die inhaltliche Abgrenzung sowie den Zielgruppenfit kontinuierlich zu verbessern.

Damit einher geht auch eine optimierte Organisationsstruktur: Im Rahmen dieser wird Dirk Hentschel das Unternehmen verlassen.

Neben den TV-Zeitschriften, Frauenmagazinen und Special Interest-Titeln bilden die erfolgreichen Yellow-Marken eine von vier Säulen im deutschen Magazin-Publishing. Die Relevanz von Yellow für die Bauer Media Group ist unbestritten: Die Yellows erwirtschaften in Deutschland etwa 25 Prozent des Ergebnisses.

COSMOPOLITAN #SupportHer-Award

Zum dritten Mal in Folge verleiht COSMOPOLITAN den [#SupportHer](#)-Award und gibt damit außergewöhnlichen und engagierten Frauen eine Plattform. Als exklusive Partner sind die Marken [Shiseido](#), [PARSA Beauty](#) und Tamaris in die crossmediale Initiative eingebunden.

[Weiterlesen](#)

„It's Me" - BRAVO GiRL! und Instagram starten Kampagne zur Unterstützung junger Frauen

Mit der crossmedialen Empowerment-Kampagne „It's Me" setzt BRAVO GiRL! gemeinsam mit Partner Instagram ein klares Zeichen für mehr Realität und Vielfalt – sowohl auf Social Media als auch im realen Leben. Mit der Initiative sollen Gesellschaftsklischees aufgebrochen und Mädchen und junge Frauen auf ihrem individuellen Weg zu sich selbst unterstützt werden.

[Weiterlesen](#)

Deutscher Parfumpreis DUFTSTARS 2022

Die Verleihung des Deutschen Parfumpreis DUFTSTARS findet am 17. November 2022 in Köln statt.

Folgen Sie den duftstars auf [Instagram](#) und besuchen Sie die neue Homepage www.duftstars.de

Glück

Parfüm löst bei einem großen Teil der Nutzer:innen Glücksgefühle aus.

40% der Frauen und 46% der Männer gaben an, dass Parfüm sie von allen Beautyprodukten am glücklichsten macht.

Quelle: VKE-Kosmetikverband / bonsai

Die Mehrheit kauft Kosmetikprodukte hauptsächlich für sich selbst

20% der Männer und nur 7% der Frauen kauften das Kosmetikprodukt für ihre Partner:in.

Insgesamt kaufen aber 62% der Nutzer:innen die Kosmetikprodukte hauptsächlich für sich selbst.

Quelle: VKE-Kosmetikverband / bonsai

Thomas Ebenfeld, concept m

Wie das Weltgeschehen auf Pflege & Beauty einwirkt

Die Konsumenten erleben die Welt derzeit als eine schwer zu durchschauende Gemengelage mit vielen Unsicherheitsfaktoren und schwinden Sicherheiten – wofür sich das Akronym VUCA (Volatility, Unsecurity, Complexity & Ambiguity) eingebürgert hat. Dieses Erleben bleibt, so das Ergebnis einer Initiativstudie von concept m (Berlin/Köln) für den VKE, nicht ohne Folgen für die Pflege- und Beauty-Branche – denn die Haut ist immer ein „Spiegel der Seele“.

Das sind die vier wichtigsten Trends:

Weiterlesen

Weniger und besser, nachhaltig und intuitiv

Lidewij („Li“) Edelkoort ist eine der bekanntesten Trendforscherinnen der Welt. Mit ihrem in Paris ansässigen Unternehmen Trend Union erstellt die Niederländerin Jahre im Voraus Trendbücher, die von Strategen, Designern und Marketingfachleuten internationaler Marken verwendet werden.

Weiterlesen

VKE-Treff Kompakt 2022, 26.9.2022, Berlin

Jahrestagung Markenverband, 13.10.2022, Berlin

Deutscher Parfumpreis DUFTSTARS 2022, 17.11.2022, Köln

Bei Problemen mit der Darstellung des Newsletters klicken Sie [hier](#).
Bitte nutzen Sie die Ihnen bekannten Zugangsdaten.

Weitergabe und Vervielfältigung - auch auszugsweise - nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung durch den VKE-Kosmetikverband

Bitte klicken Sie [hier](#), falls Sie den Beauty Report nicht weiter erhalten möchten.

VKE Verband der Vertriebsfirmen Kosmetischer Erzeugnisse e.V.
Unter den Linden 42, 10117 Berlin

Telefon: +49 (0) 30.20 61 68-22, Telefax: +49 (0) 30.20 61 68-722
info@kosmetikverband.de
www.kosmetikverband.de

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 55 Abs. 2 RStV:
Martin Ruppmann
Geschäftsführer VKE-Kosmetikverband
(Anschrift wie oben)

Redaktion: Antje Brüne, PAB
Telefon +49 (0) 202.7 05 26 36
info@presse-bruene.de

Namentlich gekennzeichnete Beiträge erscheinen ausserhalb der Verantwortung der Redaktion.

Vertretungsberechtigter Vorstand:
Markus Grefer (Präsident - Anschrift wie oben)

Registergericht:
Amtsgericht Berlin Charlottenburg, Registernummer VR 37882 B