

Vortrag 5

Asien boomt, aber wie komme ich an?

Durch das dynamische Wirtschaftswachstum sind europäische Unternehmen seit Jahrzehnten von Asien angezogen. Größere Kosmetikkonzerne sind seit langem in Asien aktiv und profitieren von dem dynamischen Wachstum dort. Japan, China und Süd-Korea sind die drei wichtigsten Wachstumsmärkte für hochwertige und naturbelassene Kosmetikprodukte in Asien. Große Firmen erzielen dort beachtliches Umsatzwachstum. Wie kann ein kleines oder mittelständisches Unternehmen auf diesen verlockenden aber herausfordernden Märkten Fuß fassen? Was zeichnet die Märkte jeweils aus? Wo und mit welchen Arbeiten fängt man an? Worauf kommt es bei der Suche von Kooperationspartnern und Kunden an?

Dieser praxisorientierte Vortrag richtet sich an KMUs, die asienweit ihr Geschäft auf- und ausbauen wollen. Dabei werden folgende Themen angesprochen:

- Wie ist das Marktumfeld in dem jeweiligen Land?
- Wie finde ich heraus, ob meine Produkte eine Chance dort haben?
- Wem kann ich den Vertrieb meiner Produkte in einem fremden Land an vertrauen? Wie finde ich einen guten Kooperationspartner?
- Was muss ich bei der Vertragsverhandlung mit asiatischen Kunden beachten?



Referentin: Mei Gräfe
Inhaberin
Intergate Außenhandelsberatung- & services

Donnerstag, 9.6.2011: 16.00 Uhr

Vortrag 7

Online-Werbung und Kommunikation 2.0 versus Offline-Werbung

Die Ziele von Werbung sind klar: Die eigene Marke bekannt zu machen, Kunden dafür zu gewinnen und bestehende Kunden an sie zu binden.

Aber reicht es heute noch, eine klassische Offline-Anzeige in einem Beauty Magazin zu schalten? Viele Unternehmen setzen zunehmend auch auf Kommunikation 2.0 und präsentieren sich mit Unternehmensprofilen auf Facebook, Twitter, YouTube, Flickr und Slideshare, da der Online-Bereich neue Wege und neue Wege der Kommunikation eröffnet. Was ist aber nun effizienter? Was ist besser? Sicher ist, dass es kein Rezept gibt. Wichtig ist, sich mit dem (potentiellen) Kunden intensiv zu befassen und unkonventionelle Konzepte (im online und offline Bereich) auszuarbeiten. Dieser Vortrag beleuchtet aktuelle Beispiele aus beiden Bereichen und zeigt, dass auch Marken mit kleinerem Werbebudget die Möglichkeit haben, Kunden effizient für sich zu gewinnen und zu binden.

Die Referentin war viele Jahre bei der La Prairie Group im internationalen Marketing tätig und bis 2005 u.a. für die strategische Ausrichtung einiger Exklusiv-Marken wie Juvena of Switzerland, Marlies Möller Beauty Hair Care sowie New Business verantwortlich. Sie wird in diesem Vortrag aktuelle markttechnische und -politische Gegebenheiten und Veränderungen darstellen und Ihnen gezielte Marketingansätze aufzeigen.



Referentin: Brigitte Roth
Geschäftsführerin
Roth & Partner Marketingberatung

Freitag, 10.6.2011: 11.30 Uhr

Vortrag 6

Promotional Packaging: für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance

Wo die Augen keinen Halt finden, gehen auch die Füße vorbei. Mit kreativen Verpackungskonstruktionen und hochwertig veredelten Oberflächen begeistern Sie Händler und Kunden gleichermaßen. Erfahren Sie, wie man Shopper zu Käufern macht und am POS Impulskäufe auslöst.



Referent: Lutz Hollmann-Raabe
Global Account Manager
STI Group

Freitag, 10.6.2011: 10.45 Uhr

Vortrag 8 - Special

Cosmetic Campus Export-Special: Russland · Indien · USA

Chancen erkennen, Regeln verstehen, Hürden überwinden, erfolgreich exportieren

Die Märkte in Osteuropa und Asien wachsen nahezu unaufhaltsam. Gerade in der aufstrebenden Mittelschicht und Oberschicht der Schwellenländer sind Qualitätsprodukte „Made in Germany“ bzw. „Made in Europe“ hoch angesehen und gelten als Statussymbol. Dieser Vortrag konzentriert sich auf die aktuell hochdynamischen Kosmetikmärkte mit außergewöhnlichen Exportpotenzialen: Russland, Indien und die USA.

14,1% legten die BRIC-Staaten im Massenmarkt 2009 zu – in Russland und Indien jeweils sogar um 25%. 2010 stieg u.a. auch der Luxusgütermarkt um zehn Prozent auf insgesamt 168 Milliarden Euro und erreichte damit fast wieder das historische Hoch aus dem Jahr 2007 von 170 Milliarden Euro. Die entscheidenden Faktoren für diese rasche Markterholung waren laut Bain & Company die schnelle Rückkehr der Luxuskonumenten weltweit in markeneigene Geschäfte und die damit verbundenen zweistelligen Zuwächse. Wesentlich entscheidend war aber auch die Umsatzerholung



im größten Einzelmarkt USA; mit 298 Millionen Einwohnern und einem Gesamtanteil von 18,4% am weltweiten Kosmetikeinzelhandel repräsentieren die USA unverändert den größten Kosmetikmarkt der Welt und bieten damit ebenfalls herausragende Chancen für den Export aus Europa. Die Referenten behandeln die Möglichkeiten und Chancen der Vermarktung von Produkten in den genannten Ländern und vermitteln den Zuhörern alle notwendigen Informationen zu den einzelnen Regularien und zu den Besonderheiten, die für den Export explizit notwendig sind.

Referenten: **Powered by: Cosmetic Campus**
Michael Pfeiffer
Geschäftsführer - Pfeiffer Consulting GmbH

Marianne Schwarberg
BCG Baden-Baden Cosmetics Group AG

Freitag, 10.6.2011: 12.45 Uhr