

Vitamoor kommt nach Deutschland

Der Weltmarktführer für moorbasierte Naturkosmetik kommt nach Deutschland. Die Moorspa, Inc. aus Vancouver in Kanada, Hersteller der Produktlinien „Moorspa“ für die professionelle Anwendung in Schönheitssalons und Vitamoor für Endverbraucher, hat den Sprung über den Atlantik gewagt und in Mannheim mit der Vitamoor Deutschland Ltd. & Co. KG einen Vertriebspartner für das Europageschäft etabliert.

Seit mehr als zehn Jahren fertigt Moorspa in Kanada hochwertige Naturkosmetik auf Moorbasis und ist inzwischen nach eigenen Angaben die Nummer eins in Nordamerika, der Karibik und in Asien. „Da lag der Weg nach Europa nahe“, so Michael Beresford, der Vorstandsvorsitzende des kanadischen Mutterunternehmens, „zumal das von uns verwendete Tiefenmoor aus Österreich kommt.“ Moor wirkt entspannend, hautglättend und entgiftend. Es stellt die natürliche pH-Balance und Feuchtigkeit der

Haut wieder her und wirkt schädlichen Umwelteinflüssen entgegen. „Wir vertreiben keine Duft- oder Visualkosmetik, sondern hochwirksame natürliche Pflegeprodukte für Haut und Haare so-



wie einige Sonderprodukte zur Entspannung, gegen Cellulite und gegen Hautalterung“, sagt Michael Maus, der Marketing-Chef von Vitamoor. Die Produkte von Vitamoor enthalten außer Moor Veredelungssubstanzen wie Teebaum-Extrakt, Shea-Butter, Kakao

oder Lavendel- und Eukalyptus-öle. Durch den Verzicht auf künstliche Konservierungsmittel sind sie auch für Allergiker gut verträglich. Auf Tierversuche verzichtet der Produzent im Sinne der naturverbundenen Unternehmensphilosophie völlig.

„Im Vertrieb gehen wir in Deutschland neue Wege“, so Finanzchef Guido Karcher. „Wir haben das erfolgreiche Party-Vertriebskonzept, wie es beispielsweise Tupperware verwendet, in ein Network-Marketing-System eingepasst. Wir sind uns sicher, damit eine sehr gute Beratung und gleichzeitig eine schnelle Marktdurchdringung gewährleisten zu können.“ Die geschäftsethische Messlatte liege dabei sehr hoch. Vitamoor legt Wert darauf, nicht mit konventionellen Strukturvertrieben in einen Topf geworfen zu werden.

„Wir haben uns den Markt sehr gründlich angeschaut und ein System entwickelt, das die Schwachpunkte des Strukturver-

triebs überwindet“, sagt dazu Michael Maus. „Wir verlangen von unseren neuen Beratern keine Startinvestitionen und keine Ausbildungsvergütungen, ganz im Gegenteil: Getreu dem Motto: ‚Nur glückliche Kühe geben gute Milch‘, investieren wir in die Ausbildung der Mitarbeiter und geben Präsentationsware auf Kommission. Wir sind uns so sicher, dass unser Produkt vom Markt gut angenommen wird, dass wir sogar den Endkunden alle Produkte zunächst 14 Tage kostenlos zur Probe überlassen. Wer nicht zufrieden ist, schickt die angebotenen Packungen zurück und zahlt keinen Cent.“

10.000 erfolgreiche selbständige Existenzen will Vitamoor bis zum Jahresende in Deutschland fördern, darunter 9.000 nebenberufliche Berater und etwa 1.000 Hauptberufler in Management-Funktionen. ■ (RO)

Weitere Informationen unter:

www.vitamoor.de