

Aliza Jabès hat das Kunststück vollbracht, ein kleines französisches Kosmetiklabor zu einer Weltmarke für Naturkosmetik zu machen.



Die Geschichte von **NUXE** ist untrennbar mit der Geschichte der Markengründerin Aliza Jabès verbunden.

Wer steckt eigentlich hinter ...

Durch ihren Vater, der in der pharmazeutischen Forschung tätig war, wurde sie bereits früh an die Wissenschaft herangeführt und so ist Aliza nach eigener Aussage „fasciniert von der unschätzbaren Kraft der Pflanzen und fest davon überzeugt, dass die Pflanzenwelt Quelle der größten therapeutischen Entdeckungen überhaupt ist.“

Um ihr großes Projekt zu verwirklichen, setzte sie zunächst auf ein kleines F&E-Labor. 1991 kann als das eigentliche Entstehungsjahr der Marke NUXE als solche betrachtet werden – jenes Jahr, in dem NUXE mit dem Huile Prodigueuse® eine absolute Neuheit auf den Markt brachte. Das Produkt, das inzwischen Kultstatus genießt, symbolisiert Aliza Jabès Markenvision „par excellence“, denn hier verschmilzt das „N“ der „Natur“ mit dem „UXE“ von „Luxe“ (frz. Luxus). Ein Trockenöl als Multifunktionspflege, das Gesicht, Körper und Haare nährt, regeneriert und sanft pflegt, kombiniert mit einem Duft der ebenfalls Kult geworden ist. Und vor allem ein Produkt, das geradezu emblematisch die Werte der Marke verkörpert: Natürlichkeit, Wirksamkeit und Sinnlichkeit.

Die Natur als unerschöpfliche Quelle für Wirksamkeit und Kreativität steht im Zentrum der Kosmetikphilosophie, so wie sie von Aliza Jabès verstanden wird. Die kompromisslose Sorgfalt bei NUXE äußert sich in mehreren Aspekten: in dem hohen Stellenwert, der der Wissenschaft eingeräumt wird, der strengen Politik im Bereich der Wirksamkeitstests, der hohen Konzentration natürlicher Wirkstoffe in den Formulierungen, der ambitionierten Patentpolitik – mit derzeit 37 Patenten – und der Tatsache, dass die Marke von Anfang an auf ein

integriertes Forschungs- und Entwicklungslabor gesetzt hat, das die notwendigen Grundlagen dafür schuf, wirksame, seriöse und attraktive Produkte zu konzipieren, denen Frauen vertrauen. Ein Hauch von Poesie hingegen verbirgt sich in den unvergleichlichen Texturen und Düften. Doch die Marke ruhte sich nicht auf ihrem Erfolg aus: „NUXE, das ist die Geschichte eines Unternehmens, das ausschließlich über Innovationen funktioniert“, erklärt Aliza Jabès.

Als dritte Marke auf dem französischen Apothekenmarkt und als erstes unabhängiges Kosmetiklabor verzeichnet NUXE jährlich ein zweistelliges Wachstum. International ist die Marke in über 60 Ländern vertreten. In Deutschland hat die NUXE GmbH seit der Gründung der Tochtergesellschaft 2006 ihren Umsatz vervierfacht. Zahlreiche Herausforderungen, die Aliza Jabès als Motivation versteht, um unbeirrt ihren Weg fortzusetzen: „Es ist besser, einen Fehler zu machen, als stehen zu bleiben.“ ■

Weitere Informationen finden Sie unter www.nuxe.de