

# VOGUE BUSINESS

DEUTSCH

## ÜBER MORGEN

### KARRIEREN VON MOONWALK BIS MODEMUSE

OBI FELTEN  
Chefstrategin

VOGUE PROMOTION

## AUGEN AUF

Scheinbar innerhalb eines Wimpernschlags erobert ALEXA MOYSIES mit M2 Beauté den High-End-Kosmetikmarkt. Wie alles vor 10 Jahren mit einem winzigen Serum begann, erklärt die Innovatorin im Interview



2008 haben Sie M2 Beauté mit einem Wimpernschlag gegründet. Heute führen Sie eine weltweite Luxusmarke. Worin liegt Ihr Geheimnis?

Das Ziel war von Beginn an die Schaffung einer Top-Marke. Eines unserer Geheimnisse ist, nur mit Partnern zu arbeiten, die zu diesem Premiumniveau passen und es fördern. Für diesen selektiven Kreis sind wir gerne bereit, deutlich mehr als das Übliche zu tun.

Können Sie die Idee, die hinter M2 Beauté steht, in drei Worten beschreiben?

Wirkstoffkosmetik – Glaubwürdigkeit – Innovation ... und Spaß. Rückblickend – welche Erfahrungen haben Sie in dieser Zeit gesammelt?

Mir wurde bewusst, dass schnelles Wachstum auch „Wachstumsschmerzen“ bedeutet. Die Herausforderung besteht darin, diese auf möglichst geringem Niveau zu halten.

Was raten Sie all jenen, die sich zum ersten Mal an eine Selbstständigkeit wagen?

Schnell eine klare Vorstellung von dem entwickeln, was am Ende herauskommen soll. Nicht lange hadern, nicht von anderen beirren lassen.

Bücher, Mode oder Malerei – wie lassen Sie sich inspirieren?

Ich suche die Nähe zu Vordenkern und Machern in Kunst, Design, Architektur und Mode. Wo gehen Trends hin? Was passiert in der Popmusik? Ich selbst lebe und arbeite mit viel Liebe und dem Anspruch, nicht nur Beobachter, sondern auch Gestalter neuer Entwicklungen zu sein.

Welche Bedeutung hat der asiatische Markt, der als Maßstab in der Branche gilt, für die Produktentwicklung?

Das ist richtig. Korea und Japan sind si-

cherlich ein „Powerhouse“ für Inspirationen in der Kosmetik. Viele radikale Neuerungen finden sich häufig in asiatischen Regionen. Ich beobachte die Szene genau.

Sie haben erreicht, was viele nicht zu träumen wagen. Was treibt Sie noch an?

Die Chance, etwas bewegen zu können. Der Lohn ist der Stolz auf die eigene Marke – und die Freude, ein Ergebnis sehen und spüren zu können.

„AND IN THE END THE LOVE“

Wie ein Maler nach dem letzten Pinselstrich auf seinem Werk.

Was macht einen typischen Tag in Ihrem Leben aus?

Fast ein Drittel des Jahres bin ich auf Reisen zu Partnern, Instituten oder Messen. Ein Bürotag am schönen Rheinauhafen in Köln ist meist voll mit Gesprächen. Was macht also meinen Tag aus? Das Streben, am Ende in vielen Themen einen Schritt vorangekommen zu sein.

Was wäre Ihr Wunsch für die Zukunft?

Auch wenn es nach einem Glückskekse klingt: Am Ende zählt nur die Gesundheit.

Welcher Gegenstand darf in Ihrem Badezimmer nicht fehlen?

Eine Pinzette und Minischere für die Augenbrauen. Augenbrauen bilden nicht nur den Rahmen für das Gesicht, sondern können auch deinen Typ verändern. Von daher bin ich ein Freak, was die

Pflege der Brauen angeht.

Haben Sie Vorbilder?

Eigentlich alle Persönlichkeiten, die ihren eigenen Weg gehen. Ich bewundere deren Mut zum Individuellen.

Als dreifache Mutter: Welchen Satz für ein erfülltes Leben geben Sie Ihren Kindern mit auf den Weg?

Hier zitiere ich die Beatles: „And in the end the love you take is equal to the love you make.“