

BEAUTY DÜSSELDORF 2018 bestätigt Spitzenposition

Schönheit hat immer Konjunktur - das hat die am Sonntag zu Ende gegangene BEAUTY DÜSSELDORF bewiesen. Insgesamt kamen an den drei Messetagen rund 55.000 Fachbesucher aus 77 Ländern in die vier Hallen auf dem Düsseldorfer Messegelände und informierten sich über das Angebot der 1.500 Aussteller und Marken – damit untermauerte die BEAUTY DÜSSELDORF ihre Leitfunktion als führende Messe für die Dienstleistungskosmetik. Neben Neuheiten und Trends sowie der Möglichkeit zu ordern, durften die Besucher an den Branchentreffpunkten und am Meeting Point aus einem vielseitigen und praxisorientierten Weiterbildungsprogramm, das in dieser Fülle und Vielfalt nur in Düsseldorf geboten wird, auswählen. Besonders gut kamen bei den Besuchern das hochwertige und stilvolle Ambiente sowie das umfassende Serviceangebot in Düsseldorf an.

„Als Innovationsplattform sieht es die BEAUTY DÜSSELDORF als ihre Aufgabe an, aktuelle Themen der Branche aufzugreifen und Entwicklungen anzustoßen. Die Besucherresonanz bei unserem neuen BEAUTY Web S@lon, in dem kostenfreie Workshops zu den Themen Internet, Social Media und Online-Marketing angeboten wurden, war sehr erfreulich. Auch das Trend Forum um den erweiterten Fachbereich der Medical SkinCare-Vorträge wurde stark nachgefragt. Unsere strukturellen Veränderungen haben sich bewährt“, freute sich Michael Degen, Executive Director der Messe Düsseldorf.

Die Bedeutung der BEAUTY DÜSSELDORF als Leitmesse unterstrichen Aussteller aus allen Bereichen, als sie nach drei Tagen mit guten Gesprächen und Kontakten zufrieden Bilanz zogen.

So erklärte Dr. Christian Rimpler, erster Vorsitzender des Verbands Cosmetic Professional e.V.: „Einige unserer Mitglieder berichteten von etwas weniger Kundenfrequenz als in den Vorjahren. Dafür sei die Fachkompetenz der Besucher deutlich angestiegen – die Gesprächsqualität war erstklassig. Neben vollen Auftragsbüchern sei generell eine große Aufbruchsstimmung in der Branche festzustellen.“ So würden die Kunden sehr positiv in die Zukunft blicken und zudem die nötige Bereitschaft zeigen, Investitionen zu tätigen.



9.-11.3.2018

Internationale Leitmesse
Kosmetik, Nail, Fuß,
Wellness, Spa

Leading International
Trade Fair
Cosmetics, Nail, Foot,
Wellness, Spa

www.beauty.de



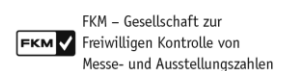
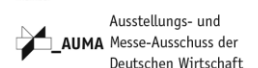
Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany

Telefon +49 (0) 2 11/45 60-01
Telefax +49 (0) 2 11/45 60-6 68
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de

Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Hans Werner Reinhard
Joachim Schäfer
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:



Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

„Es war eine hervorragende Entscheidung, erstmals einen gemeinsamen Treffpunkt Spa & Wellness zu installieren,“ sagt Lutz Hertel, Vorsitzender des Deutschen Wellness Verbandes. Die Vorträge im Fachprogramm seien ausnahmslos gut besucht gewesen. „Ein echter Fortschritt ist zudem die räumliche Umgestaltung des exklusiven SPA BUSINESS Bereichs. Damit ist das neue Gesamtkonzept perfekt aufgegangen.“

Spa Managerin des Jahres 2018 wurde Maren Brandt, Corporate Spa Manager Schloss Spa und Fleesensee SpaWorld.

Auch Manuela Denz, 1. Vorsitzende des Deutschen Verbandes für Podologie (ZFD) e.V., zieht ein positives Fazit: „Diese Messe ist enorm wichtig für die Kontaktpflege unserer Mitglieder und vieler Kunden. Uns freut besonders, dass die diesjährige BEAUTY vom Publikum her deutlich jünger geworden ist. Es interessieren sich viele junge Menschen für unseren Beruf, die im „Ausbildungszentrum Podologie“ eine perfekte Anlaufstelle finden konnten. Viele Kosmetikerinnen wollen in die Podologie wechseln und hier in Düsseldorf können wir sie beraten und Wechselwilligen wie auch Neulingen den Weg weisen. Auch die Sonderschau „Hygiene am Arbeitsplatz“ wird sehr gut angenommen. Hier konnten wir intensive Aufklärungsarbeit leisten.“

Die nächste BEAUTY DÜSSELDORF findet von Freitag bis Sonntag, 29. bis 31. März 2019 statt.

Statements der Aussteller zur BEAUTY DÜSSELDORF 2018:

Udo Springer, Geschäftsführer alessandro International

Die BEAUTY ist und bleibt die Plattform, die wir benötigen und nutzen, um uns unserem großen Kundenstamm in Deutschland angemessen zu präsentieren. Dieses Mal haben wir die Messe unter anderem dazu genutzt, unsere Soak Off Gele vorzustellen. Auch für die Einführung unserer alessandro App war die Düsseldorfer Messe für uns der ideale Ort.

Charlene Kocyba, Junior PR-Referentin, Dr. Babor GmbH & Co. KG

Am Freitag hatten wir einen regelrechten Ansturm der Kosmetikschulen und auch an den weiteren beiden Tagen war es durchgängig voll an unserem Stand. Rege dazu beigetragen haben insbesondere auch unsere Make-up-



9.-11.3.2018

Internationale Leitmesse
Kosmetik, Nail, Fuß,
Wellness, Spa

Leading International
Trade Fair
Cosmetics, Nail, Foot,
Wellness, Spa

www.beauty.de

Präsentationen von und mit Peter Schmiedinger – unsere Kunden/Kundinnen lieben ihn und seine knackigen Live-Demos! Düsseldorf ist für uns darüber hinaus der Ort, um Innovationen vorzustellen – dieses Jahr haben wir den Messe-Auftritt zur Vorpremiere für unsere neuen Hemp-Ampullen genutzt.

Catherine Frimmel, Geschäftsführerin Catherine Nail Collection GmbH

Wie stark die Zugkraft der BEAUTY ist, sehen wir nicht zuletzt immer wieder daran, dass auch unsere Kunden aus dem Ausland den Weg zu uns finden. Dies, und der Zuspruch allgemein, bestärken uns immer wieder darin, die BEAUTY als Leitmesse von hoher Qualität zu betrachten. Gleichzeitig stellen wir fest, dass das Interesse unserer Kunden an Innovationen hoch ist. Wie jedes Jahr haben wir auch 2018 auf der Messe eine Neuheit vorgestellt – den farbenfrohen Trend „Hello Berlin“. Wir sind jetzt seit 25 Jahren dabei – und mit der BEAUTY rundum zufrieden!

Erich Wolsperger, Geschäftsführer Dr. Spiller GmbH

Dieses Jahr kam uns der Freitag vor wie sonst nur der Samstag – es gab eine extreme Resonanz. Was die Internationalität unserer Kunden angeht, ist uns vor allem der hohe Anteil des asiatischen Publikums aufgefallen. Wer sich informieren will, muss zur BEAUTY - deswegen ist es für uns wichtig, uns hier vernünftig zu präsentieren. Die Trennung von Direktverkauf und Order gefällt nach wie vor gut. Genutzt haben wir die Düsseldorfer Veranstaltung in diesem Jahr für die Vorstellung unserer neuen UV-Schutz „Sonnenserie“ und ausschließlich positive Rückmeldungen dazu bekommen. Unser Fazit: „Düsseldorf – das passt!“

Agnese Cuccarano, Marketingleitung Eduard Gerlach GmbH

Bei unserem Auftritt stand dieses Jahr unser 150. Geburtstag im Fokus, den wir mit einem historischen Messestand präsentiert und gefeiert haben. Das kam gut an! Hier in Düsseldorf haben wir darüber hinaus die Gelegenheit genutzt und anlässlich der Messe erstmals einen Schaum angeboten, mit dem wir neue, jüngere Zielgruppen ansprechen wollen.



Internationale Leitmesse
Kosmetik, Nail, Fuß,
Wellness, Spa

Leading International
Trade Fair
Cosmetics, Nail, Foot,
Wellness, Spa

www.beauty.de

Edzard Haschka, Business Development Manager Glossybox Beauty Trend GmbH

Wir sind jetzt seit drei Jahren auf der BEAUTY - 2018 haben wir weit mehr Nachfrage registriert als jemals zuvor. Tatsächlich spielen wir mit dem Gedanken, uns in Zukunft zu vergrößern. Hier in Düsseldorf betreiben wir nicht nur Akquise und verkaufen unsere Abos, sondern wollen und können den Marken zeigen, dass wir eine wichtige Rolle im Markt spielen.

Justyna Les-Chodan, Ingot DE GmbH

In diesem Jahr konnten wir auf der BEAUTY voll durchstarten! Mit der Übernahme bzw. Eröffnung unseres Flagstores im Sevens an der Königsallee ist es uns gelungen, den Bekanntheitsgrad unserer Marke dramatisch zu erhöhen. Und auf der Messe konnten wir die Ernte einfahren: Wir haben 2018 unsere Standfläche verdreifacht und konnten einen gewaltigen Ansturm verzeichnen. Die BEAUTY hilft uns enorm, unsere Bekanntheit zu erhöhen. Für uns ist diese Messe europaweit die beste Möglichkeit, unsere Angebotspalette den Fachbesuchern zu präsentieren.

Nis Juhl Lorenzen, Geschäftsführer Insight Cosmetics Group GmbH

Zum Messestart lief es relativ ruhig und wir haben am Freitag weniger Besucher verzeichnet – am Ende des Tages stellten wir aber fest, dass der Verkauf bzw. die Aufträge im Vergleich zum Vorjahr um zehn Prozent gesteigert wurden. Düsseldorf ist für uns die Nr. 1, wenn es um Kontakte und Vernetzung geht. Wir sind in acht europäischen Ländern vertreten und haben hier auf der BEAUTY die Gelegenheit, einen Großteil unserer Kunden zu treffen und ausgezeichnete Gespräche zu führen. Dialog und Austausch hier auf der BEAUTY helfen uns, neue Trends rechtzeitig zu erkennen.

Martin La Fontaine, Geschäftsführer Ionto Health & Beauty GmbH

Wir wollten uns hier mit drei Marken schick präsentieren – das war unsere Mission für Düsseldorf 2018! Und war der Start am Freitag auch noch etwas verhalten, nahm die Sache dann doch deutlich Fahrt auf. Ein echtes Highlight auf der Messe war unser Verbrauchsmittelshop. Für die BEAUTY hatten wir ihn aufgefrischt und modernisiert, und er hat wirklich magnetische Wirkung entfacht - wir durften ein äußerst einkaufsfreudiges Publikum begrüßen. In Sachen Organisation lief es gewohnt gut, wir sind sehr zufrieden.



9.-11.3.2018

Internationale Leitmesse
Kosmetik, Nail, Fuß,
Wellness, Spa

Leading International
Trade Fair
Cosmetics, Nail, Foot,
Wellness, Spa

www.beauty.de

Dr. Christian Rimpler, Geschäftsführer Dr. Rimpler GmbH

Die Gespräche am Freitag waren hochinteressant und qualifiziert. Am Samstag und Sonntag verzeichneten wir am Stand ein sehr breites Interesse. Als Trend stand unter anderem das Advanced Treatment mit Ultraschallbehandlung im Fokus. Düsseldorf ist ganz klar die Beauty-Hauptstadt, nirgends ist eine so hohe Dichte an Kosmetikinstituten zu verzeichnen wie hier am Rhein. Lläuft es bei der BEAUTY DÜSSELDORF gut, läuft das ganze Jahr für uns gut. Hat man die BEAUTY verpasst, läuft man den Rest des Jahres der Welle hinterher.

Olaf Gransee, Geschäftsführer Thalgo Cosmetic GmbH

Für unser Unternehmen ist der Messestandort Düsseldorf schon immer gesetzt – seit mittlerweile 28 Jahren sind wir hier. Die BEAUTY ist mit Abstand die wichtigste Veranstaltung des Jahres. Den Trend der Medical Beauty nehmen wir gerne auf, vergessen darüber hinaus aber auch nicht unsere Herkunft Frankreich.

Michael Kalow, Geschäftsführer Wild Cosmetics GmbH - LCN

Seit unserer ersten Teilnahme an der BEAUTY vor 34 Jahren hat sich so manches verändert – nicht aber die Tatsache, dass es sich hier um die Leitmesse der gesamten Kosmetikbranche handelt. Vor einem Jahr haben wir hier in Düsseldorf ein kleines Experiment an unserem Stand gestartet und die Trends Permanent Make-up und Plasma-Behandlungen ausgelotet. Mit Erfolg: 2018 haben wir diesen Themen einen eigenen zusätzlichen Stand gewidmet.

Pressekontakt:

Alexander Kempe

Assistenz: Marion Hillesheim

Tel.: 0211/45 60-997/-994

Mail: KempeA@messe-duesseldorf.de

HillesheimM@messe-duesseldorf.de



9.-11.3.2018

Internationale Leitmesse
Kosmetik, Nail, Fuß,
Wellness, Spa

Leading International
Trade Fair
Cosmetics, Nail, Foot,
Wellness, Spa

www.beauty.de