

Dienstleistungskosmetik: Positive Aussichten für die Zukunft trotz aktuell schwierigem Marktumfeld

Studie des Verbands Cosmetic Professional und der Messe Düsseldorf zum aktuellen Stimmungsbild der Branche

Hoffnung auf Impulse durch BEAUTY DÜSSELDORF

Der Verband Cosmetic Professional (VCP) und die Messe Düsseldorf haben eine Studie zum aktuellen Stimmungsbild sowohl innerhalb der Branche (Betreiberinnen und Betreiber von Kosmetikstudios) als auch unter den Kundinnen/Kunden und potentiellen Neukundinnen/Neukunden durchgeführt. Die Studie wurde vom renommierten Marktforschungsinstitut Bonsai GmbH aus Bremen begleitet, als Methodik diente eine quantitative Onlinebefragung. Im aktuellen Marktumfeld gibt es, getrieben von der Corona-Pandemie, der Energiekrise sowie gestörten Lieferketten, eine ganze Reihe an Herausforderungen zu meistern. Als wichtigste Erkenntnis bleibt aber festzuhalten, dass die professionelle Dienstleistungskosmetik in Deutschland, trotz des aktuell schwierigen Marktumfelds, gute Zukunftsperspektiven hat.

Dr. Helmut Drees, Erster VCP-Vorsitzender bilanziert: „Die Hoffnung der Branche auf eine deutliche Belebung nach der Corona-Pandemie, inklusive des Lockdowns der Kosmetikinstitute, hat sich nur zum Teil erfüllt. Die Auswirkungen des Ukraine-Krieges betreffen auch die Dienstleistungskosmetik. In einer aktuellen Blitzumfrage des VCP berichten 45 Prozent der Hersteller von einer besseren Entwicklung der Kosmetikinstitute und 55 Prozent von einer gleichbleibenden und sogar schlechteren Entwicklung gegenüber dem umsatzschwächeren Corona-Vorjahr. Allerdings wird, allen Unwägbarkeiten zum Trotz, eine signifikant bessere Entwicklung für das kommende Jahr erwartet – diesen Optimismus haben 77 Prozent der befragten Unternehmen.“

Die Anzahl der als Handwerk registrierten Kosmetikinstitute (rund 67.000) ist in den letzten zehn Jahren um ca. 46 Prozent gewachsen, wobei es dabei einen großen Anteil an Kleinstunternehmen von ca. 72 Prozent gibt. Derzeit erwirtschaften 120.000 Beschäftigte einen Jahresumsatz von ca. 1,9 Milliarden Euro.

Hohe Relevanz von Beauty-Messen für die Branche

Von den befragten Kosmetikerinnen/Kosmetiker nutzen 57 Prozent Messen



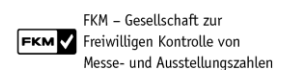
Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Deutschland

Telefon +49 211 4560 01
Telefax +49 211 4560 668
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de

Geschäftsführung:
Wolfram N. Diener (Vorsitzender)
Bernhard J. Stempfle
Erhard Wienkamp
Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Dr. Stephan Keller

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

zur Weiterbildung, aktuellen Informationsbeschaffung und kreativen Inspiration für den Berufsalltag. „Das zeigt weiter die hohe Relevanz von Beauty-Messen als Impulsgeber für die Branche. Die Mitarbeiter der Dienstleistungskosmetik schätzen Messen als wichtige Trendforen und Plattformen für Qualifizierung und Weiterbildung sowie als Networking-Area. Persönlichen Begegnungen, gute Business-Gespräche und die Möglichkeit, besonders viele Neuheiten und Innovationen live zu erleben, stehen weiter hoch im Kurs. Vieles funktioniert nach Corona virtuell – Messen und kosmetische Dienstleistungen am menschlichen Körper aber nicht. Deswegen glauben wir fest daran, dass die BEAUTY DÜSSELDORF als Leitmesse im März erfolgreich sein und der Branche Rückenwind verleihen wird“, sagt Hannes Niemann, Director der BEAUTY DÜSSELDORF.

41 Prozent der Befragten Kosmetiker/innen schätzen die zum Verkauf angebotenen Produkte und Marken. „Auch hier sind Beauty-Messen mit der großen Angebotsvielfalt perfekte Anlaufstellen, weil sie das Leistungsangebot der professionellen Kosmetik ideal abdecken“, so Niemann.

Ein weiteres Fazit der Studie: Online Kanäle und Social Media gewinnen zunehmend an Bedeutung in der Kommunikation und Gewinnung von Neukunden. Verbraucherinnen und Verbraucher nutzen Online Kanäle gezielt, um Kosmetikprodukte einzukaufen, aber auch um sich über Studios und Behandlungsmöglichkeiten zu informieren. „Gerade in diesem Bereich bietet die Düsseldorfer Messe mit der neu strukturierten Business-Bühne BEAUTY BUSINESS frische Impulse. Neben Tipps und Tricks für das digitale Marketing im Web werden hier erstmals Workshops angeboten, die den Besuchern wertvolle Strategieimpulse für ihr Business bieten werden“, ergänzt Hannes Niemann.

Ebenso wichtig ist folgende Erkenntnis der Studie: Kosmetikerinnen und Kosmetiker sind **die** Profis für Haut und Hautverbesserungen. Ihre nachgewiesene Expertise differenziert sie von Beauty Influencern und kann zum Leuchtturm für Konsumentinnen und Konsumenten in einem immer komplexeren Produktumfeld werden. Ein selbstbewusster Auftritt gerade in Bezug auf den Produktverkauf, hilft darüber hinaus den Geschäftssinn zu stärken.



Einen Auszug der Studie finden Sie auf der BEAUTY-Website unter https://www.beauty.de/vcp_studie.

Pressekontakt:

Alexander Kempe

Marion Hillesheim

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

Mail: KempeA@messe-duesseldorf.de

HillesheimM@messe-duesseldorf.de

Anforderung der Studie:

VCP-Verband Cosmetic Professional

Leiter Geschäftsstelle

Martin Ruppmann

Telefon +49 (0) 172/6133514

geschaeftsstelle@vcp.eu



31.3.-2.4.2023

www.beauty.de