

MEDIA INFO

THE ART OF BEAUTY & HEALTH 2026: DAS FESTIVAL VERDOPPELT SICH

Impulse für eine neue Ära: Getragen von einer starken Resonanz aus Industrie und Publikum, geht *The Art of Beauty & Health* in die nächste Runde – größer, klarer, relevanter. Mehr Marken, neu gedachte Erlebnisflächen und ein erweitertes Programm schärfen das Profil und stärken die Strahlkraft des Formats.

- Diese Persönlichkeiten prägen die Stages: Lena Gercke, Maria Furtwängler, Frauke Ludwig, Dr. Sheila de Liz, Diana zur Löwen, Felix M. Berndt (@doc.felix), Nils Behrens und Dr. Emi Arpa
- Neue Formate wie der „Exclusive La Prairie Booth“ und das GLAMOUR Beauty Lab erweitern das Festival um immersive Brand und Content Areas
- Das kuratierte Markenportfolio vereint unter anderem La Prairie, Dyson, Rituals Cosmetics, UND GRETEL, LeGer, WELEDA, Dr. Hauschka, lavera, khadi Ayurveda Beauty, QVC und Nø Cosmetics – gebündelt im Erdgeschoss auf der zentralen Brand Area, die als Herzstück des Festivals Raum für Präsentation, Austausch und Markenerlebnis schafft

Düsseldorf, 20. Februar 2026. Als *The Art of Beauty & Health* (TABH) im vergangenen Jahr Premiere feierte, wurde deutlich, wie groß das Bedürfnis nach einer Plattform ist, die Ästhetik, Wissenschaft und Prävention zusammendenkt. 2026 geht die Veranstaltung mit deutlich gewachsener Resonanz in die zweite Runde: Die Zahl der teilnehmenden Brands hat sich verdoppelt, das Interesse aus Industrie, Medien und Community ist immens gestiegen. Mit erweiterten Experience-Räumen, neuen Aktivierungen und einem klar kuratierten Programm entwickelt sich TABH weiter – hin zu einem festen Termin im Kalender der Beauty- und Health-Branche.

„Mit *The Art of Beauty & Health* inszenieren wir ein Festival, das moderne Schönheit und ganzheitliche Gesundheit auf ein neues Niveau hebt. Leading Brands, medizinische Expertise und eine bewusste Community treffen hier in einem kuratierten Rahmen aufeinander, der Substanz mit Stil verbindet“, sagt **Hannes Niemann**, Director des Beauty-Festivals.

Beauty ist längst mehr als Oberfläche. Gesundheit mehr als Disziplin. Und Festivals sind heute Orte des Austauschs, nicht nur der Präsentation. So strukturiert sich das Festival inhaltlich entlang der vier Themenfelder *Duft, Identität & Lifestyle; Skin, Science & Future Beauty; Longevity & Smart Living* sowie *Health, Prevention & Responsibility*.

Duft, Identität & Lifestyle

Beauty als Ausdruck von Persönlichkeit, Haltung und Lebensgefühl zieht sich wie ein roter Faden durch das gesamte Festival.

Frauke Ludwig (TV-Moderatorin) setzt im Interview „pur & powerful“ Impulse zu moderner Hautpflege und Selbstbewusstsein – begleitet von einer Präsenz ihrer Beautybrand **pur lu**, eingebettet in den Markenauftritt von **QVC**. „The Art of Beauty & Health bringt genau das zusammen, was heute zählt: Wissen, Inspiration und echte Gespräche über Selbstbewusstsein. ‚Pur & powerful‘ heißt für mich, sich selbst treu zu bleiben – Hautpflege ist dabei kein Trend, sondern Teil eines ganzheitlichen Lebensgefühls.“ Am Stand von **QVC** entsteht eine eigene Erlebniswelt mit Marken wie **M. Asam, pur lu, ahuhu** und **you:ly**. Dort gibt **pur lu** Blumen aus, die mit dem Signatureduft der Brand besprüht sind.

Im Talk mit **Elsa Touchard** (COTY), moderiert von **GLAMOUR Germany**, spricht Model und Unternehmerin **Lena Gercke** über die Verbindung von Identität und Duft und teilt persönliche Perspektiven auf olfaktorische Selbstinszenierung. Mit **LeGer by Lena Gercke** ist sie nicht nur als Ausstellerin präsent, sondern gestaltet als Möbelpartnerin zugleich das Ambiente der Main Stage mit.

Im Live-Interview bringt **Caroline Nest** aka **Adorable Caro** (Content Creatorin, Gründerin von Ninety-9 und Senzou) die Stimme einer neuen Generation auf die Main Stage. Als erfolgreiche Creatorin und Unternehmerin spricht sie darüber, wie innere Haltung zur sichtbaren Präsenz wird: „Der Confident Effect beschreibt die Kraft, die entsteht, wenn Mindset, Körperhaltung und Selbstbild im Einklang sind.“

Wie Duft entsteht und wirkt, beleuchtet **Stephan Kemen** (CEO Mäurer & Wirtz) im Gespräch „Was macht einen Duft heute relevant?“. „Als größter Dufthersteller Deutschlands freuen wir uns, bei unserem Talk mit Jenny Knäble am 07. März zu der Frage in den Austausch zu gehen, was einen Duft heute eigentlich relevant macht. Im Zusammenspiel mit dem vielseitigen Programm der TABH und der kuratierten Ausstellung [Die geheime Macht der Düfte] entsteht ein Rahmen, in dem solche Fragestellungen besonders lebendig werden“, erläutert Kemen. Bei **Mäurer & Wirtz** können Beautybegeisterte am Stand von **4711 Acqua Colonia** eine individuelle Farb- und Duftberatung erhalten – ein Eintauchen in die Welt moderner Parfümerie. Die junge Parfümmarke **VALJUES** setzt mit Duftarmbändern ein olfaktorisches Statement zum Mitnehmen.

Im Branchendialog des **VKE-Kosmetikverbands** rückt die Kampagne **#undupable** in den Mittelpunkt. **Robert Müller-Grünow** (Kurator und Duftexperte) und **Andreas Fuhlich** (Geschäftsführer VKE – Kosmetikverband) diskutieren, warum unverwechselbare Markenidentität, handwerkliche Exzellenz und eine klare Haltung die Zukunft der selektiven Beauty prägen. Auch auf der Ausstellerfläche wird **#undupable** visuell und inhaltlich erlebbar inszeniert.

Die Wellbeing-Brand **Rituals Cosmetics** kreiert einen Moment der Entschleunigung: Die Standfläche ist vollständig ihrer ikonischen Amsterdam Collection gewidmet – entstanden in Kollaboration mit dem Rijksmuseum, zeigt sich die Kollektion inspiriert von holländischen Tulpen, japanischer Yuzu und der Kunst des Delfter Blau.

UND GRETEL setzt ein klares Statement für moderne Naturkosmetik aus Berlin – mit avantgardistischem Make-up, luxuriösen Texturen, starken Pigmenten und COSMOS-ORGANIC-zertifizierter Qualität. Für visuelle Highlights sorgen die Selfie-Spots von **frei öl®** und **Dr. Bouhon**, die Beauty-Experiences und Social-Media-Momente miteinander verbinden. Mit dem „Glow Up Lab“ und der „Color Corner“ von **Dr. Hauschka** entsteht eine interaktive Erlebniswelt rund um ganzheitliche Naturkosmetik – inspirierend, farbenfroh und immersiv gestaltet. **Speick Naturkosmetik** lädt an einer Soap Bar zum Mitnehmen kleiner Seifenherzen ein, während die Kosmetikmarke Strandfein von Designerin Uta Raasch ihre maritime DNA mit der „kleinsten Yacht der Welt“ inszeniert.

Mit dem **égoïste CLUBHOUSE** zieht Performance-Wellness in die Art of Beauty & Health ein. Unter dem Motto „Matcha. Licht. Fokus.“ erwarten die Besucherinnen und Besucher besondere mMatcha-Momente, ausgewählte Workshops und ruhige Red-Light-Mat-Sessions – für neue Energie und bewusste Regeneration.

Das **GLAMOUR Beauty Lab** wird zum kuratierten Content- und Trendraum: Gemeinsam mit Beauty Editors von **GLAMOUR Germany** entstehen Formate wie „How to shoot Social Beauty Content with your Phone“ sowie „Worth the Hype? Deep Dive in virale TikTok Beauty Trends“. Mit dabei: Lovebrands wie **Morphe**, die aktuelle Make-up-Trends und virale Looks live einordnen und erlebbar machen.

Skin, Science & Future Beauty

Medizinische Expertise trifft auf High-Performance-Skincare.

GLP-1-basierte Therapien sind längst mehr als ein medizinisches Thema – sie sind gesellschaftliche Gradmesser für unseren Umgang mit Körperbildern, Leistungsdruck und Gesundheitsversprechen. Zwischen therapeutischem Fortschritt und medialem Hype stellt sich die Frage nach Verantwortung, Zugänglichkeit und nachhaltiger Wirkung. *The Art of Beauty & Health* greift diese Debatte auf und bringt sie in „Die Abnehmspritze: Medizinischer Durchbruch oder überschätzter Hype?“ in einen differenzierten Kontext, den **Prof. Dr. Stephan Martin** (Internist, Endokrinologe, Diabetologe) fachlich einordnet.

Als Doc.Felix erreicht **Felix M. Berndt** (Arzt & Gesundheitsexperte) online Millionen – in „The Performance Reset“ übersetzt er bei *The Art of Beauty & Health* sein Wissen in einen direkten Dialog über metabolische Gesundheit als Grundlage für Energie und Performance.

Als Sprachrohr einer Generation, die Beauty und Skin Health neu definiert, verbindet **Dr. Emi Arpa** medizinische Expertise mit digitaler Reichweite. In „Overdone war gestern – Trend oder Therapie?“ widmet sie sich der Frage nach zeitgemäßer Ästhetik und bringt ihr Know-how als prägende Social-Media-Stimme für Dermatologie auf die Bühne. Gemeinsam mit **Dyson** gibt sie im Expert Talk „Healthy Scalp, Healthy Hair“ fundierte Tipps zum Thema ganzheitliche Haargesundheit.

Die angesehenen Dermatologinnen **Dr. Anna Brandenburg** und **Dr. Miriam Rehbein** analysieren im Panel „Proof over Hype“ das neue Verständnis medizinischer Kosmetik: von Botox über Microneedling bis hin zu Radiofrequenz- und Ultraschall-Behandlungen.

Dyson setzt auf Beauty-Tech zum Anfassen: An den Styling Stationen am Stand finden individuelle Haarberatung und Live-Präsentationen statt und werden durch zahlreiche Masterclasses zu innovativer Styling-Technologie und Scalp-Care ergänzt. Eine Smoothie Bar rundet den Auftritt mit einem Energy-Boost ab.

Innovationen in der Hautpflege bilden einen zentralen Schwerpunkt der Ausstellerfläche. So markiert **KLAPP Skin Care Science** mit der neuen Linie Exo|Gen Triple Action Restore einen weiteren Schritt in Richtung regenerativer High-Performance-Pflege. Biotechnologische Ansätze stehen auch bei **QMS Medicosmetics** im Fokus: Mit COLLAGen3D™ setzt die Marke auf 100 % hautidentisches, mikromolekulares und veganes Kollagen.

Zwischen Natur und Wissenschaft bewegen sich die Neuvorstellungen von **WELEDA** mit den Linien Cell Longevity und VLORA+, während **Glim Skin** mit dem GLIM90 sein Messedebüt feiert – inklusive Glow-Boost und Live-Demonstrationen. Auch **Niyok Natural Cosmetics** nutzt die Bühne für Premieren und präsentiert erstmals eine Tuchmaske neben dem bekannten 2-in-1 Deo.

Wie stark Technologie und Personalisierung die Beautybranche prägen, zeigt **Thea Care**: Eine KI-gestützte Hautanalyse bestimmt per Selfie in Echtzeit den individuellen Hauttyp und erstellt eine direkt umsetzbare Pflegeroutine – vollständig digital und präzise.

Reduziert und wirkstofforientiert positioniert sich **Nø Cosmetics** mit transparenten Formulierungen und barrierefreundlicher Pflege. Dermatologische Expertise bringen **Dr. Schrammek** mit professionellen Hautanalysen und individuellen Empfehlungen sowie **Dr. Spiller** mit hochwirksamer Hautpflege „made in Germany“ ein. Auf der Experience-Stage widmet sich **TAUTROPFEN** im Workshop „Dünne, empfindliche Haut?“ schließlich der Anwendung hochwertiger Gesichtssöle für sensible Haut.

Im „**Exclusive La Prairie Booth**“ werden die beiden Masterclass-Formate „Youthful Glow powered by Caviar PDRN & Retinol“ sowie „Glass Skin powered by Thiamidol & Caviar“ wiederkehrend über die zwei Eventtage angeboten. Jede Session verbindet kompaktes Expertenwissen mit gezielten Mini-Treatments und macht die Wirkstoffe unmittelbar erlebbar.

Longevity & Smart Living

Gesundes Altern wird zunehmend als Lebenshaltung verstanden – als Zusammenspiel aus Hautgesundheit, Stoffwechsel, Mentalität und Prävention. Wie sehr sich das Verständnis davon wandelt, zeigt sich auf der Bühne von *The Art of Beauty & Health* in unterschiedlichen Perspektiven und Aktivierungen.

So spricht **Maria Furtwängler** (Schauspielerin, Ärztin und Aktivistin) im Talk „Ageless Beauty“ mit **Tina Müller** (CEO WELEDA AG) über Naturverbundenheit, Hautgesundheit und die Frage, wie sich modernes Altern jenseits starrer Schönheitsideale neu denken lässt.

Einen kulturhistorischen Bogen spannt das Gespräch „Von alten Weisheiten zu modernen Routinen – Ayurveda als Schlüssel zu mehr Wohlbefinden“: **Annelie Bauhofer** (Ayurveda- und Longevity-Expertin), **Dr. med. Jasmin Blumenberg** (Ayurveda-Ärztin) und **Victoria-Johanna Polley** (CEO khadi Ayurveda Beauty) zeigen, wie jahrtausendealtes Wissen in zeitgemäße Selfcare-Rituale überführt werden kann. Am Stand von **khadi Ayurveda Beauty** wird diese Philosophie konkret – mit Produktneuheiten, traditionellen Dekokten und der Möglichkeit, neue Lippenöle direkt zu testen.

Wie sich Gesundheitsversorgung insgesamt verändert, diskutieren **Dr. Mertcan Usluer** (@gynaekollege, Gynäkologe), **Dr. Anne Latz** (Ärztin & Podcasterin) und **Vildane-Idrizi-Sinani** (Apothekerin) in „Smart Health statt Wartezimmer“ und beleuchten die Chancen einer digitalen Gesundheitskultur. Den medizinischen Blick auf Prävention und langfristige Vitalität vertiefen **Dr. Mortesa Rasawieh** (Internist & Kardiologe), **Marie Etti** (Allgemeinmedizinerin) und **Philipp Busche** (Internist & Gastroenterologe) in „The Longevity Effect“ mit ganzheitlichen Ansätzen für ein gesundes Älterwerden.

Longevity-Experte **Nils Behrens** richtet den Blick auf alltagstaugliche Strategien. Während er in „Spaziergang zur Unsterblichkeit“ konkrete Routinen vorstellt, analysiert er mit **Daniela Kielkowski** in „Die stillen Dickmacher“ metabolische Zusammenhänge.

Auch auf den Standflächen wird das Thema greifbar: **lavera Naturkosmetik** serviert Longevity-Shots, **Sunday Natural** berät zu Supplementen, **Orthomol** verbindet seine Präsenz mit Farb- und Stilberatung. Mit **Artem oral care** feiert zudem die Mundpflegemarke von **Diana zur Löwen** (Entrepreneurial Investor & Content Creator) ihren ersten Messeauftritt.

Health, Prevention & Responsibility

Auch Prävention, Aufklärung und gesellschaftliche Verantwortung stehen 2026 stärker im Fokus – medizinisch fundiert, alltagsnah und bewusst.

Dr. Sheila de Liz (Gynäkologin) spricht über Intimpflege ohne Tabus – Wissen, Wohlbefinden und warum Selbstfürsorge selbstverständlich sein darf. Ihr Talk verbindet medizinische Aufklärung mit einem selbstbestimmten Blick auf Körperlichkeit und moderne Frauengesundheit. Im Rahmen von The Art of Beauty & Health feiert sie ihren aktuellen Buchlaunch und präsentiert gemeinsam mit **WELEDA** die neue, mikrobiomfreundliche und NATRUE-zertifizierte Intimpflegelinie *Vlora*⁺ – entwickelt für verschiedene Lebensphasen, 100 % natürlichen Ursprungs und bewusst enttabuisiert.

Im Panel „Zeigt Beauty wirklich Haltung?“ diskutieren **Dr. Elisabeth Poppe** (WELEDA), **Julia Michel** (lavera Naturkosmetik) und **Anna Pütz** (Rituals Cosmetics) – moderiert von **Diana zur Löwen** – über Verantwortung, Nachhaltigkeit und Werte in einer Branche zwischen Innovation und Ethik.

Mit „Skin Protection 365“ rücken **Stella Hinderer** (Sun Matters) und **Dr. Suzan Helen Stürmer** (Dermatologin, Thea Care) ein oft unterschätztes Thema ins Zentrum: ganzjähriger Sonnenschutz als essenzieller Bestandteil von Hautgesundheit und Longevity. Auch Haargesundheit wird ganzheitlich betrachtet: Unter der Moderation von **Tina Müller** vereint „Stronger Hair Days“ die Expertise von **Dr. Désirée Hölscher** (Dermatologin), **Ariane Hickstein** (Orthomol) und **Denis Sabur** (Friseurmeisterin). Im Mittelpunkt steht die Frage, wie eng Haarqualität mit Stoffwechsel, Nährstoffversorgung und hormoneller Balance verbunden ist.

Die zweite Ausgabe setzt neue Maßstäbe im Marken-Line-up

Mit aktuell 38 Brands wächst das Portfolio signifikant und vereint etablierte Premium-Marken, innovative Newcomer und starke Branchenakteure aus Beauty, Health und Longevity:

4711 Acqua Colonia, ahuhu, Amory London, Anmut Kosmetik, Apotheke der Zukunft, ARTEM, Dr. Bouhon, Dr. Hauschka, Dr. Schrammek, Dr. Spiller, Dyson, frei öl®, Glim Skin, khadi Ayurveda Beauty, KLAPP Skin Care Science, La Prairie, lavera Naturkosmetik, LeGer, M. Asam, Niyok, Nø Cosmetics, Orthomol, Proceanis, pur lu, QMS Medicosmetics, QVC, Rituals Cosmetics, Speick Naturkosmetik, Strandfein, Sunday Natural, TAUTROPFEN, Thea Care, UND GRETEL, VALJUES, VKE-Kosmetikverband, WELEDA und you:ly.

Das enorme Interesse spiegelt sich auch im Ticketverkauf wider: Bereits jetzt verzeichnet TABH eine hohe Nachfrage an beiden Veranstaltungstagen. Tickets sind für 49 Euro erhältlich und beinhalten eine exklusive Goodie Bag mit Produkten im Gesamtwert von über 350 Euro – bestückt von den teilnehmenden Brands.

Im Sinne des Leitmotivs „Let it Flow – Aqua Edition“ unterstützen **Vöslauer**, **Seeberger** und **OH LA LAQUA** das Festival als starke Partner. Mit natürlichen Mineralwässern und ausgewählten Food-Impulsen setzen sie ein klares Zeichen für Hydratation, bewusste Ernährung und ganzheitliche Gesundheit und unterstreichen Düsseldorfs Rolle als lebendige **City of Beauty & Health**.

The Art of Beauty & Health

06. & 07. März 2026

Düsseldorf, Messe Süd

Die letzten verfügbaren Tickets können hier gesichert werden: <https://art.beauty.de/de/TICKETS/Tickets> [Übersicht](#)

Weitere Informationen zur Veranstaltung unter: art.beauty.de | [@artofbeauty_dus](https://www.instagram.com/artofbeauty_dus)

Pressekontakte:

Yara Deeb, yara@textschwester.de

PR-Manager

PR + Presseagentur textschwester

Anne Schröer, schroeera@messe-duesseldorf.de

Senior Manager MarCom (Press & PR)

Messe Düsseldorf GmbH



**Hier finden Sie
die Pressemappe
zum Download**

