

+++ Pressemitteilung vom 15. Oktober 2007 +++

**Contest – Deutschlands beste Kosmetikerin**

Eine unabhängige Jury hat die Entscheidung gefällt: Die Gewinnerinnen des Wettbewerbs „Wir suchen Deutschlands beste Kosmetikerin 2007“, ins Leben gerufen vom *kosmetik & pflege fachmagazin*, stehen fest. Zahlreiche gute und professionell geführte Kosmetikinstitute sowie Day Spas aus ganz Deutschland haben sich beteiligt und ihre Teilnahmeunterlagen an den *spa business verlag, Bad Boll, gesandt*.

Entscheidend für die Wahl war u.a. ein klares erfolgreiches Konzept mit einem stimmigen Angebot, das zukunftsweisend ist und konsequent umgesetzt wird. Dazu gehören auch Geschäftsausstattung, Corporate Identity, Werbeaktivitäten und-mittel. Der Einsatz von Kommunikation, das Verhalten und das Erscheinungsbild nach innen wie außen mussten dabei ein mit Leben erfülltes Unternehmensleitbild sein, welches das Ziel hat, eine nachhaltige Unternehmensentwicklung zu erreichen. Aus- und Weiterbildungen sowie Wahrnehmungen der Kunden über die Kundenfragebögen flossen ebenfalls in die Bewertung ein.

Den ersten Platz teilen sich gleich zwei Institute, deren Ausrichtung so unterschiedlich ist, dass eine eindeutige Entscheidung für die Jury nicht möglich war. Ganz knapp hinter den beiden erstplatzierten Instituten folgt bereits der 3. Platz:

- |                 |  |
|-----------------|--|
| <b>1. Platz</b> | <b>Profil Institut</b><br><b>Sylvia Nöcker &amp; Eva Maria Kraut aus Nürnberg,</b> |
| <b>1. Platz</b> | <b>Hautpflegepraxis Skin Deep,</b><br><b>Susanne Kaußen aus Aachen,</b>            |
| <b>3. Platz</b> | <b>Kosmetik-Parfümerie Gerhild Siegel</b><br><b>Gerhild Siegel aus Düsseldorf</b>  |

## **1. Platz für Sylvia Nöcker und Eva-Maria Kraut:**

### **Profil Institut – kurze Programme für eine junge Zielgruppe**

Das Institut besteht aus einem Galerieladen mit Rezeption im Erdgeschoss und einer ersten Etage mit weiteren Kabinen, einem Make-up-Platz und einem freien Stuhl für Kundinnen, die spontan kleine Dienstleistungen in Anspruch nehmen wollen. Ein Wartebereich mit Samowar, Espressomaschine und Leseecke sorgt für Wohlfühlatmosphäre vor der eigentlichen Behandlung. Die zentrumsnahe Lage lässt auch Laufkundschaft schnell mal vorbeischauen. Deshalb bezeichnen Sylvia Nöcker und Eva-Maria Kraut, beide gelernte Drogistinnen, ihr Institut auch als „City Kosmetik“. Sie verkaufen gerne kurze Programme und exklusive Serviceleistungen. Ganz bewusst haben sich die beiden Unternehmerinnen bei der Wahl ihres Institutsnamens für den Zusatz „for Men & Women“ entschieden. Denn damit definieren sie ihre Zielgruppe: weibliche und männliche Kundschaft. Inzwischen trägt das Konzept Früchte, denn über 20% der Kunden sind heute junge Männer. Das Profil Institut arbeitet mit einer Werbeagentur zusammen. Das ist zwar mit Kosten verbunden, aber die Werbeauftritte sind professionell. Braune und beige Töne dominieren die durchgängige Corporate Identity. Sie prägt die Geschäftsausstattung, aber auch sämtliche Werbemaßnahmen. Die Kunden des Instituts sind voller Lob und sprechen von kompetenter Beratung in einer Wohlfühlatmosphäre. Eine exzellente Dienstleistung mit hervorragendem Service, die es verdient, sich Deutschlands beste Kosmetikerin zu nennen.

*Profil Institut, Sylvia Nöcker & Eva Maria Kraut, Nürnberg,  
Obstmarkt 7, 135 m<sup>2</sup>, 6 Räume, 100 Behandlungen/Woche, 300-500  
Stammkunden, 4 Vollzeitkräfte, 2 geringfügig Beschäftigte*

## **Der Award für die Beste!**

Das Profil Institut erhält einen Bericht im *kosmetik & pflege fachmagazin*, gewinnt außerdem einen Aufenthalt für zwei Personen im *Wellnesshotel Auerhahn* und wird mit der grazilen Bronzefigur „Stufen zum Erfolg“ ausgezeichnet. Die Künstlerin Luise Kött-Gärtner hat die Figur entworfen. Produziert wurde sie in der „Bambi-Schmiede“ der Kunstgießerei Strassacker in Süßen. Sie steht für alle Menschen in ihrem Schaffensfeld, die sich in ihrer gemeinsamen Anstrengung verwirklichen und gesetzte Ziele erreichen. Damit ist dieser Award wie gemacht für „Deutschlands beste Kosmetikerin“.

## **Ein Gewinn für alle**

Doch auch alle anderen Bewerberinnen haben gewonnen. Denn sie machten sich die Mühe, ihr Unternehmen zu prüfen und sich auf ihre Kompetenzen wie Fähigkeiten zu konzentrieren. Sie haben geprüft, ob ihre Dienstleistung den Erwartungen der Kunden und den eigenen Versprechungen entspricht, ob ihr Institut kundenorientiert arbeitet, ohne dabei den Blick auf den Umsatz zu verlieren.

Der *spa business verlag* möchte mit diesem Contest einen Denkanstoß geben und Kosmetikerinnen motivieren, sich auf ihre Fachkompetenz und Fähigkeiten als Kosmetikerin sowie Unternehmerin zu besinnen, ihr Handeln darzustellen, zu prüfen und letztendlich zu verbessern. Unser Ziel als Verlag ist es: Erfolgsorientierten Kosmetikerinnen, die den Willen und die Fähigkeit haben, ihr Institut im Vollerwerb zu führen, praxisnahe fachliche Informationen zu liefern, die eine erfolgreiche Führung unterstützen.

*Pressekontakt: spa business verlag, Birgit Wolfhard,  
Gruibinger Str. 43, 73087 Bad Boll, Tel. 0 71 64 / 14 72 16, Fax 0 71 64 / 14 72 15,  
mail@spa-business-verlag.de*