

Beautyworld 2010 - Follow the trends

22.12.2009, 17:03 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: *Beautyworld Messe Frankfurt*

Presseagentur: *dskom Onlineservices*



Beautyworld Messe in Frankfurt

Die Beautyworld, Branchentreffpunkt Nummer eins für alle Beauty-Dienstleister und Beauty-Händler, läutet das neue Geschäftsjahr mit neuem Konzept und optimierter Tagesfolge ein - vom 30. Januar bis 1. Februar 2010 in Frankfurt am Main.

Vom 30. Januar bis 1. Februar setzt die internationale Fachmesse für die Parfümerie, Drogerie und Kosmetik auf das Motto "Follow the trends". "Der Mix aus Ausstellung, Vortragsbühne mit Branchen-Experten und Trendinszenierungen rund um Anti-Aging, Naturkosmetik und Wellness und Spa soll den effektiven Austausch unter den Beauty-Experten fördern", erklärt Eva Olbrich, Objektleiterin der Beautymessen in Frankfurt. So können Händler und Hersteller gemeinsam die Krise besser als Chance nutzen. Schließlich seien laut Elmar Keldenich, Geschäftsführer des Bundesverbandes Parfümerien e.V., neue Marktstrategien und echte Innovationen in der Beauty-Branche gerade jetzt entscheidend, um den Kunden mit seinen individuellen Bedürfnissen punktgenau zu erreichen.

Für eine klare Zielgruppenansprache und Orientierung auf der Messe wird die gesamte Welt der Schönheit zukünftig in Angebotsbereiche mit den Schwerpunkten Dienstleistung, Handel und Direktverkauf gegliedert. Namhafte Firmen wie zum Beispiel Beauty Brands International, Annemarie Börlind, Top Team und Becker Manicure zählen zu den Ausstellern. Die Firma Treffina zählt zu einer besonders treuen und konstanten Größe, denn sie ist seit den Anfängen der Fachmesse in Frankfurt vor 50 Jahren dabei.

Beauty_at_Work (Halle 1.2): Hier werden Beauty-Services großgeschrieben. Betreiber von Kosmetiksalons, Day Spas oder Wellness-Oasen erwartet ein energievoller Mix aus Produkt- und Trendpräsentation, Information und Anwendung, Inspiration und Action. Dafür sorgen die Themenareale "Forum Anti-Aging", "Naturkosmetik" sowie "Wellness & Spa".

Beauty_at_Business (Halle 1.1 und 1.2) steht für eine moderne Business-Plattform für den gesamten Parfümerie-, Drogerie-, und Kosmetikbereich mit internationaler Ausrichtung. Das Knüpfen neuer Kontakte, der Austausch von Informationen und Know-how steht hier im Vordergrund - auf höchstem Niveau und in anspruchsvoller Atmosphäre. Spezielle B2B-Meetings fördern den internationalen Geschäftserfolg.

Neu: Der Direktverkauf findet an zwei Messetagen gebündelt, am 31. Januar und 1. Februar in der Halle 5.0 gemeinsam mit der Hair and Beauty statt. "Diese kurzfristige Konzeptanpassung für 2010 führt zu den größt möglichen Synergieeffekten zwischen den beiden themenverwandten Messen Beautyworld und Hair and Beauty", erklärt Olbrich. Zu erwerben sind Produkte und Neuheiten aus dem Beautysegment (Kosmetika, Parfums, Accessoires und Fashionartikel) sowie aus dem Friseurbedarf (Haarkosmetik, Zubehör und Werkzeug).

Competence Center mit Zukunftsperspektiven: Kosmetikerinnen wie Einkäufer auf Fach- und Großhandelsebene erhalten im Competence Center, Vortragsbühne in der Halle 1.2., Wissenswertes und viele Tipps von Experten für ihre

tägliche Arbeit. Ob Naturkosmetik, Wellness & Spa, aktuelle Herausforderungen für Parfümerien und Kosmetikerinnen oder das Trendthema Nummer 1: Anti-Aging - in Form von Vorträgen, Round Table-Gesprächen, Interviews und Make-up Workshops werden alle Themenbereiche der Beautyworld transportiert. Durch das bunte Programm zu den aktuellen Trends führt Moderator Felix Nottensteiner.

Zu den hochkarätigen Referenten zählen zum Beispiel Ingrid M. Breyer (Thalasso & Spa Consulting), Knuth Arndt (beautyjobagent.de), Rainer Hornbostel (van Berg GmbH), Christian Waas (Christian Waas Marketing Kommunikation), Friedrich-Robert Pitts (académie scientifique de beauté), Hannes Friedl (Homini Coaching), Elfriede Dambacher (Naturkosmetikkonzepte), Inga-Maren Risop (Juvena). Das Programm im Competence Center wird fortlaufend unter <http://beautyworld.messefrankfurt.com> aktualisiert.

Alle drei Messetage finden mit Bewegung und Aktion auf der Bühne ihren krönenden Abschluss. "Live on stage" wird präsentiert, was in der Welt der Schönheit möglich ist. Make-up Workshops werden von der Famous Face Academy/Make-up Artist, dem Visagisten und Kosmetiker Beni Durrer sowie von der Maske Akademie Köln, Ausbildungsstätte für Visagisten, Make Up Artists und Maskenbildner, durchgeführt.

Umfassendes Produktportfolio im Zeichen der Schönheit: Das 2009 erweiterte Produktportfolio spricht gezielt auch die marktbedingt "neuen" Zielgruppen wie Wellnesseinrichtungen und Day Spas sowie Apotheker an, die kosmetische Produkte verstärkt in ihr Sortiment aufnehmen. Zu den Produktgruppen zählen u.a. Cosmetics & Fragrance, Wellness & Spa, Medical Health, Nature & Care sowie Accessoires & Fashion.

Besondere Präsentationsareale: In dem exklusiv gestalteten Ausstellerareal "Forum Anti-Aging" präsentieren sich hochwertige Produkte und Behandlungskonzepte rund um das führende Trendthema überhaupt: Anti-Aging. Auch neue oder kleinere Anbieter finden hier ein ideales Präsentationsumfeld. Denn mit dem Vorzugsangebot Forum Anti-Aging hat die Messeleitung eine Präsentations-Alternative geschaffen, die den aktuellen Einsparungsmaßnahmen im Markt Rechnung trägt. Das am Trendthema interessierte Fachpublikum findet in konzentrierter Form schneller die gewünschten Geschäftskontakte und -informationen bzw. eine komplette Angebotsübersicht. Gleichzeitig wird den teilnehmenden Unternehmen eine spezifische Ansprache der für sie wichtigen Kundengruppen ermöglicht.

Einen ersten Ausblick auf die "Duftstars 2010" liefert die Beautyworld im Rahmen einer Sonderausstellung. Die Fragrance Foundation Deutschland, bei der die Messe Frankfurt Mitglied ist, vergibt einmal im Jahr den Deutschen Parfümpreis nach dem Vorbild der amerikanischen FiFi Awards. Ähnlich wie der "Oscar" die großen Errungenschaften der Filmindustrie würdigt, zeichnen die Duftstars die Leistungen der Parfümindustrie aus. Seit 1993 wird die begehrte Trophäe in Deutschland vergeben und regt seither vielfältige Initiativen an, den kulturellen Stellenwert des Parfums einer breiten Öffentlichkeit näher zu bringen. Die Nominierten für die Kategorien Neuheiten (Exklusiv, Prestige, Lifestyle), Klassiker und Publikumspreis werden vorab auf der Beautyworld präsentiert - die Gala zur Preisverleihung folgt im Frühjahr 2010.

Kooperationspartner Europäisches Wellness Institut: Alles zum Thema Wellness & Spa erwartet die Besucher am Messe-Sonntag im Rahmen des 7. internationalen Spa & Wellness-Kongresses. Im Forum, Raum Agenda stehen spannende Fachvorträge und Praxisbeispiele von Experten der Wellness-Branche mit den Schwerpunktthemen Medical-Wellness und Medical-Beauty auf dem Programm. Für diese vom EWI durchgeführte Parallelveranstaltung ist der Erwerb einer gesonderten Eintrittskarte erforderlich. Weitere Infos sind erhältlich unter wellness-institut.com.

Synergieeffekte durch parallele Messen: Zusammen mit der Hair and Beauty, Deutschlands größter Friseurmesse, präsentiert sich ein großer Beautyverbund. Die Hair and Beauty findet am Sonntag, 31. Januar und Montag, 1. Februar 2010 statt. An diesen beiden Tagen bietet die Fachmesse für die haarkosmetische Industrie und das Friseurhandwerk mit internationalen Ausstellern und Marken sowie einem umfangreichen Show- und Workshop-Programm einen zusätzlichen Mehrwert für Beautyworld-Besucher. Die Schnittmengen der beiden Veranstaltungen liegen in den Bereichen Kosmetik, Accessoires und Direktverkauf. Zusätzlich profitieren die Fachbesucher der Beautyworld von den parallel auf dem Frankfurter Messegelände stattfindenden Weltleitmessen Paperworld und Christmasworld.

Weitere Informationen sowie Bildmaterial zum Download sind zu finden unter <http://beautyworld.messefrankfurt.com>

Portrait

Über die Messe Frankfurt:

Die internationale Fachmesse für die Parfümerie, Drogerie und Kosmetik, Beautyworld 2010, wird von der Messe Frankfurt ausgerichtet. Das Messe-Unternehmen ist mit 440 Mio. Euro Umsatz und mehr als 1.500 Mitarbeitern das größte deutsche Messe-Unternehmen. Der Messekonzern besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften, 5 Niederlassungen sowie 52 internationalen Vertriebspartnern.

News-ID: 383254 • Views: 1835 (Stand: 04.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/383254/Beautyworld-2010-Follow-the-trends.html>