

9783000449178

Vorwort Michael Schummert

Liebe Leser und Leserinnen,

glaubt man Zukunftsforschern oder den Prognosen zu Verbrauchergewohnheiten, Handelstrends und Einzelhandelsentwicklungen, so wird sich unsere Zukunft mehr denn je im Internet abspielen. Im Web werden wir Informationen recherchieren, Empfehlungen zu Produkten und Dienstleistungen aussprechen, uns austauschen und auch einkaufen. Das wirkt sich auch auf die Kosmetikbranche aus. Die Verschiebung von Handelslandschaften und Einzelhandelsstrukturen sind die unaufhaltsame Folge.

Wo bleibt da die Kosmetikerin? Überlebt das klassische Kosmetikinstitut? Und wie sieht ein erfolgreiches Kosmetikinstitut 2020 aus? Ich bin sicher: Die Kosmetikerin ist die Gewinnerin der Zukunft! Diese optimistische Ansicht vertrete ich voller Zuversicht und Überzeugung.

Denn nur das Kosmetikinstitut erfüllt den immanenten Wunsch nach individueller Schönheit. Nur das Kosmetikinstitut bietet Expertenberatung basierend auf Hautanalyse und individueller Systempflege. Nur im Kosmetikinstitut treffen neueste apparative Ergebnistechniken auf den besonderen Verwöhnfaktor. Und nur im Kosmetikinstitut wird in Zeiten medialer Anonymität die kleine Auszeit vom Alltag mit persönlicher Ansprache zelebriert.

Allerdings wird sich nur die Kosmetikerin, die ihr Institutskonzept einzigartig aufstellt, nachhaltig profilieren und differenzieren können. Ihre begeisterten Stammkunden und der stetige Zulauf an empfohlenen Neukunden machen sie zur Gewinnerin.

Solch ein Erfolg hat bekanntlich viele Väter: die Kompetenz der Kosmetikerin, ihr Verkaufstalent, das Institutsambiente, lokales Marketing ebenso wie die Wahl der passenden Pflegemarke - um nur einige zu nennen. Die Komposition dieser Erfolgsfaktoren ist eine Kunst - die Kunst des Erfolges.

Seit fast 60 Jahren ist es der Antrieb von BABOR als Marktführer und Vordenker der professionellen Pflegekosmetik, den Erfolg der Kosmetikerin zu begleiten. BABORs Anspruch ist, die besten Kosmetikerinnen mit exzellenten Produkten, Services und Beratungsleistungen optimal auf ihrem Weg zum Erfolg zu unterstützen.

Diesen Anspruch teilt Paul Reinhold Linn. Seine langjährige Erfahrung in der Zusammenarbeit mit der Kosmetikerin macht ihn zu einem der profiliertesten Experten, Berater und Trainer der deutschsprachigen Institutsbranche. Paul Reinhold Linn kennt das Geschäft der Kosmetikerin und zeigt in diesem umfassenden Erfolgs-Handbuch den Einsatz aller relevanten Faktoren für Ihren zukünftigen Erfolg.

Viel Spaß beim Lesen, gute Inspiration und besonders viel Erfolg bei der Umsetzung. Denn Sie sind ein Gewinner!

Herzlichst  
Ihr  
Michael Schummert

Vorwort Dr. Helmut Drees

## Konsequente Weiterbildung als Erfolgsrezept

Eine alte chinesische Weisheit sagt, „Lernen ist wie Rudern gegen den Strom. Sobald man aufhört, treibt man zurück“. Gerade heute sprechen wir von einer sogenannten Wissensgesellschaft. Ständig kommen Neuerungen, Veränderungen und Weiterentwicklungen hinzu. In manchen Bereichen, so weiß man heute, verdoppelt sich das Wissen innerhalb von 3 Jahren.

Diese Entwicklung macht nicht vor dem Kosmetik- und SPA-Bereich halt. Von wissenschaftlicher Seite gibt es kontinuierlich neue dermatologische Erkenntnisse über die Haut und deren Funktionsweise, es werden neue, immer effektivere Wirkstoffe entdeckt und entwickelt, und für die Kabine werden immer effektivere Techniken der kosmetischen Behandlung kreiert – ob mit oder ohne Kosmetikgeräte. Aber auch in der Verkaufspsychologie und im Marketing gibt es neue Entwicklungen. Vor 10 Jahren gab es den Begriff Social Media noch gar nicht und heute ist nahezu jeder in irgendeiner Community vertreten; sei es Facebook, XING, WhatsApp oder andere. Nicht zuletzt unterliegt das Kosmetikinstitut oder SPA auch den gestiegenen Erwartungen der Kunden im Hinblick auf Wohlfühl- und Einkaufserlebnis. So wie wir selbst wie selbstverständlich im Modebereich nach neuen Trends und Styles Ausschau halten, betrachtet Ihr Kunde auch Ihr Institut und SPA vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen. Das betrifft auch das Ambiente und die Ausstattung Ihres Institutes.

Lernen betrifft also nicht nur einzelne Bereiche, sondern umfasst das gesamte Tätigkeitsspektrum Ihres Institutes bzw. SPAs. Sicherlich müssen Sie nicht in allen Themenbereichen über tiefgreifendes Wissen verfügen. Teilweise greift man besser auf Spezialisten zurück (z. B. dem Online-Marketing). Die Kunst besteht darin, in seinen Kernkompetenzen weiter zu wachsen und in den anderen Bereichen genügend Wissen zu haben, um die richtigen unternehmerischen Entscheidungen treffen zu können.

Dennoch wird Lernen und Weiterbildung bisweilen als Belastung angesehen. Einige erinnern sich vielleicht an die eigene Schulzeit, die das Lernen vergrault hat. Der Zwang zum Lernen und auch der ständige Druck, gute Noten zu schreiben, haben ihre Spuren hinterlassen. Mit dem Schulabschluss oder auch etwas später mit dem Berufsabschluss wurde – öffentlich dokumentiert – das Ende der Ausbildung festgelegt: „Nie wieder Schule; Nie wieder Lernen!“

Heute ist es eine Binsenweisheit, dass wir mit dem Lernen nie aufhören. Leben heißt lernen! Und das Schöne ist: Auch Erfolg ist erlernbar! Es ist die FOLGE von etwas: daher heißt es auch: ER-FOLG. Insofern können Sie Lernen auch als Investition betrachten. Sie investieren in sich selbst. Es macht Sie reicher. Denken Sie nur an folgende Bereiche:

**Verbesserung Ihrer Kompetenz:** Das Wissensrad dreht sich ständig weiter. Das, was Sie in der Schule oder Ausbildung gelernt haben, ist die Basis. Neue Erkenntnisse aus der dermatologischen Wissenschaft und praktischen Tätigkeit bereichern Ihre Arbeit und lassen Sie auch persönlich weiter wachsen. Zusätzliches Wissen stärkt nicht nur Ihre fachliche Kompetenz, sondern auch Ihr Selbstbewusstsein.

**Stärkung Ihrer Wettbewerbsposition:** Wissen heißt Vorsprung! Diejenigen, die es schaffen, aktuelle Themen zeitnah in Ihrem Angebot aufzunehmen, werden sich besser am Markt behaupten können. Gerade in der

professionellen Kosmetik erwartet der Kunde eine fundierte Beratung und exzellente Behandlungen.

Anerkennung durch Ihre Kunden: Kunden fühlen sich bei „Gewinnern“ am wohlsten! Wenn die Kunden zum Beispiel durch Zertifikate an der Wand feststellen, dass Sie sich ständig weiterbilden, dann fühlen sie sich bei Ihnen besonders gut aufgehoben. Sie sollten daher auch ganz bewusst Ihre neuen Erkenntnisse, dort wo es Sinn macht, mit Ihren Kunden teilen. Setzen Sie zum Beispiel neue kosmetische Methoden ein (wie die apparative Hautanalyse) und beraten Sie Ihre Kunden auf einer noch anspruchsvolleren Ebene.

Austausch mit Kolleginnen: Besonders effektiv ist Lernen, wenn es in Gruppen stattfindet. Zum einen macht der Austausch untereinander viel mehr Spaß. Studien belegen, dass wir besonders gut lernen, wenn wir mit Spaß und Freude dabei sind. Zum anderen profitieren wir auch vom Wissen und den Erfahrungen der anderen Kolleginnen. Einer allein kann nie so viel wissen, wie eine Gruppe von vier, acht oder zwölf Kolleginnen. Wir müssen nur bereit sein, unser Wissen zu teilen.

Nicht umsonst ist die Fortbildung in einigen Berufssparten eine Pflicht - denken Sie an die Dermatologen, die pro Jahr mehrere Fortbildungskurse oder Kongresse besuchen müssen. So wäre es wünschenswert, wenn auch in unserer Branche jeder Einzelne den Anspruch hätte, wenigstens 2-3 Weiterbildungen im Jahr zu besuchen. Planen Sie dies bereits am Anfang eines jeden Jahres (auch für Ihr Team) fest in Ihren Terminkalender mit ein.

Nicht immer hat man Zeit, zu einem Seminar zu gehen. Manchmal möchte man schnell ein paar Themen aus dem Institutsalltag nachlesen. Als Grundlagenwerk für die Kunst der erfolgreichen SPA- und Institutsführung bietet dieses Buch ein ideales Nachschlagewerk. Für den Einen mag der Schwerpunkt darin liegen, einzelne Inhalte noch detaillierter nachzulesen und mit den eigenen Erfahrungen abzugleichen (wie verkaufpsychologische Hintergründe); für den Anderen liegt vielleicht die Zielsetzung darin, bestimmte Themen systematisch und neu anzugehen (wie das Online-Marketing). In jedem Fall bietet dieses Buch für Jeden die Möglichkeit, seinen optimalen persönlichen Nutzen hieraus zu ziehen.

Viel Erfolg,  
Ihr  
Dr. Helmut Drees