

Heft 3/07 • Juni/Juli

Kosmetik & Pflege

F A C H M A G A Z I N

Sommerflaute adé

Ideen und Aktionen

Qualitätsmanagement

So werden Sie erfolgreich

Apparative Gerätekosmetik

Medical Beauty-Konzepte

Große Marktübersicht Augenpflege

Für strahlende Augenblicke

Erfolgreich in Deutschland

Die Kosmetikpraxis von
Berit Becker-Hoffmann



Als Handarbeitsbetrieb versteht sich die »Kosmetikpraxis Berit« in Braunschweig, die auf dermatologische Produkte Wert legt. Vor allem ganzheitliche Kosmetik ist auf der Angebotsliste zu finden, denn darauf hat sich das Institut spezialisiert.

In der Innenstadttrandlage Braunschweigs befindet sich die Kosmetikpraxis von Berit Becker-Hoffmann. Sie erstreckt sich über zwei Etagen und ist insgesamt 180 Quadratmeter groß. Das Eckladengeschäft hat unten einen Laden und zwei Kabinen auf 60 Quadratmetern. Hier findet die Fußpflege und auch die kleineren Behandlungen wie Wimpern und Augenbrauen färben, Maniküre oder die etwas günstigeren Aknebehandlungen für Teenies statt. Oben sind auf 120 Quadratmetern neben dem Büro und der Mitarbeiterküche drei große Behandlungskabinen integriert.

Alle Kabinen haben großzügig Platz und beinhalten eine komfortable Wellness-Liege. Ein Qualitätsmerkmal, das für die erfolgreiche Geschäftsfrau Programm ist. Alle Liegen haben eine Heizung und sind elektrisch verstellbar. Außerdem sind in jeder Kabine Vapozon, Frimator und Lupenleuchte, aber keine weiteren apparativen Geräte, zu finden.

»Wir sind ein echter Handarbeitsbetrieb«, sagt die Inhaberin, die 2008 ihr 20-jähriges Praxis-Bestehen feiern kann. Von ihrem Werdegang berichtet sie: »Ich habe zunächst einmal einen benachbarten Friseurmeister gefragt, ob ich bei ihm im Salon die Kundinnen beraten und bedienen darf. Und wie es der Zufall wollte – ich habe hier eine aus sehr guten Kreisen stammende, betuchte 30-jährige Kundin mit Aknehaut kennen gelernt, behandeln dürfen und ich habe ihre

Haut in den Griff bekommen. Das zog Kreise und über Mundpropaganda habe ich dann viele gute Kunden bekommen. Gute Handarbeit wird eben immer nachgefragt!« Heute verfügt die »Kosmetikpraxis Berit« über 2.000 aktive Kunden, die teilweise aus ganz Deutschland und einige sogar aus London kommen: Davon sind 400 Stammkunden, die alle drei bis sechs Wochen einen Termin im Institut machen. Das Klientel hat sich die Fachfrau in 19 Jahren erarbeitet und es ist ein echter »Fankreis« darunter, der auch eine weite Anreise in Kauf nimmt.

Sicherlich trägt zu dem Erfolg von Berit Becker-Hoffmann bei, dass sie sich immer auf dem neuesten Stand hält und das Wohl ihrer Kunden im Blick hat: »Aus meinen Aus- und Fortbildungen habe ich meinen eigenen Behandlungsstil und mein eigenes Behandlungskonzept entwickelt. Ich habe an der Dr. Belter Schule in Braunschweig zu Beginn eine zweijährige Ausbildung zur »staatlich geprüften Kosmetikerin« gemacht und durch Praktika u. a. im Kurmittel-

haus in Grömitz praktische Erfahrungen gesammelt. Neben zusätzlichen Ausbildungen als Visagistin sowie in Lymphdrainage, in Fußreflexzonenmassage und medizinischer Kosmetik, habe ich meinen Schwerpunkt auf traditionelle chinesische Methoden gelegt, so die Fachfrau, die heute drei Vollzeit-Kosmetikerinnen und eine Aushilfe auf Minijobbasis beschäftigt. Darüber hinaus kommen zwei bis drei Praktikantinnen zwei Tage die Woche, das Team bewältigt so 10 bis 15 Behandlungen täglich.



Spezialisierung auf die Gesichtspflege

Schwerpunkt im Praxis-Angebot von Berit Becker-Hoffmann ist die Gesichtsbehandlung, auch wenn sie Körperbehandlungen in der Preisliste führt. Zum Einsatz kommt in diesem Zusammenhang auch die Methode nach Henry Chenot, die eine Mischung aus Thalasso-Therapie, Meridianarbeit und dem Einsatz von ätherischen Ölen ist. Mit der Gesichtspflege macht sie den Hauptumsatz. Körperbehandlungen sind für die Behandlerin anstrengender; mehr als drei am Tag seien gar nicht möglich.

Die Preisliste und das Angebotsmenü wurden einfach gehalten. Berit Becker-Hoffmann gliedert ihre Auflistung in Gesichtsbehandlungen (basic, classic (mit Massage) und exklusiv (z.B. mit besonderen Wirkstoffen)), Körper-, Zusatz- sowie Fuß- und Hand-Behandlungen. Diese werden dem Kunden in der Kabine durch die Kosmetikerin erklärt - nicht vorne an der Rezeption und vor anderen Kosmetikerinnen oder gar Kunden.

Die 90-minütige, klassische Gesichtsbehandlung kostet in der »Kosmetikpraxis Berit« 49,50 Euro, wobei jeder Kunde auch die angebotene Ampulle und Peeling gerne nimmt, die dann noch zusätzlich zu bezahlen sind (Preis: 9,50 Euro). »Über 50 Cent pro Minute Behandlungsumsatz kommt man in Braunschweig nicht. Aber unser Produktverkauf läuft gut. Die Kundin gibt in der Regel 100 Euro im Institut aus«, berichtet die Inhaberin. Pro Kunde plant sie zwei Stunden Zeit ein, d.h. 15 Minuten für die Begrüßung und das Vorgespräch, 90 Minuten für die Behandlung und 15 Minuten für die Verabschiedung und den Verkauf. »Wir nehmen uns hier bewusst die Zeit, und das zahlt sich einfach aus. Mein Tipp an Kolleginnen: planen Sie nicht zu dicht!«, rät die Braunschweigerin.

Produkte und Lieferanten

In die Praxis kommen die Stammkunden regelmäßig, da Berit Becker-Hoffmann sie mit einer konsequenten, qualitativ-hochwertigen Hautpflege überzeugt und sich dazu verpflichtet. Selbst zu heißen Sommerzeiten hat die Unternehmerin keine Probleme, den Terminplan zu füllen. Das Team vermittelt den Kunden, dass die Haut das ganze

Jahr gepflegt werden muss. Im Sommer achten die Kosmetikerinnen darauf, dass mit kühlen Tüchern behandelt und kalter O-Saft gereicht wird sowie das Vapozon Sommerpause hat.

»Ich verwende nur mineral- und silikonfreie Produkte. Ich sehe als Kosmetikerin v.a. die dermatologischen Gesichtspunkte und lege hierauf den allergrößten Fokus«, erklärt die Fachfrau. »Ich muss die Haut kennen und Veränderungen deuten können, um

das richtige Programm, die richtige Pflege und das entsprechende Produkt zu finden.« Dieses Wissen müsse die Kosmetikerin haben. Das sei Becker-Hoffmanns Meinung nach der Kern ihrer Kompetenz und das müsse der Kundin vermittelt werden.

»Ich bin streng in der Produktauswahl und überlege lange, bevor ich unternehmerische Entscheidungen treffe. Es muss der Haut etwas bringen«, sagt Berit Becker-Hoffmann. »Die Kundin möchte heutzutage zwar im Institut entspannen, will aber auch Erfolg haben mit der Hautpflege und eine Verbesserung des Hautbildes sehen.«

Daher arbeitet sie mit Purell, Koko, Piroche und Dr. Belter Cosmetic zusammen - Hersteller, die in Sachen Hautpflege eine ähnliche Philosophie wie die Braunschweigerin verfolgen und ausnahmslos silikon- und paraffinfreie Produkte herstellen. Besonders eng verbunden ist die Inhaberin mit der Firma Dr. Belter, die sie seit fast 20 Jahren kennt. »Sie sind sehr stringent in der Auswahl der Wirkstoffe, sehr strukturiert und sehr kontinuierlich in der Qualität, in der Kundenbetreuung und im Auftreten am Markt«, lobt Berit Becker-Hoffmann. »Dr. Belter verfeinert ständig das Sortiment und die Wirkstoffstruktur, da das Unternehmen ja auch eine eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung im Hause hat.«

Entsprechend dem Produktcredo und der damit verbundenen Lieferantenauswahl setzt die erfolgreiche Kosmetikerin die Pflege aufgrund der individuellen Hautbilder der Kunden zusammen. Die Kunden schätzen das Interesse an ihrer Person, das ihnen von der Inhaberin und ihrem Team entgegen gebracht wird. »Ich frage und berate den Kunden«, erklärt die Geschäftsfrau. Wenn ein Kunde gerne eine Algenbehandlung möchte, sie aber sieht, dass dies für seine Haut nicht das Richtige ist, vermittelt sie ihm dies und schlägt stattdessen ein individuelles Paket für das Hautbild des Kunden vor.

Sie stellt dabei langfristige Ergebnisse vor kurzfristige Effekte. Auch »Gerätekosmetik« lehnt Berit Becker-Hoffmann ab: »Ich habe schon viel - teilweise auch gemeinsam mit Hautärzten - getestet und ausprobiert, sowohl im Bereich der dauerhaften Haarentfernung als auch in der Sauerstoffkosmetik. Meines Erachtens ist der Kundennutzen nicht gut genug in Relation zum Preis.«

Führungsstil setzt auf Qualität

»Sicherlich ist es bei uns ein bisschen wie in einer Familie. Ich habe aber auch eine klare Linie, die ich von meinen Mitarbeitern erwarte und durchsetze. Trotzdem haben wir eine angenehme Atmosphäre. Meine Kunden akzeptieren auch wechselnde Therapeutinnen, denn ich möchte erreichen, dass meine Kunden an die Kosmetikpraxis gebunden werden und nicht an eine bestimmte Person«, erklärt die Inhaberin. Alle zwei bis drei Monate finden Mitarbeitermeetings statt, bei denen aktuelle Punkte besprochen werden. Doch die Chefin greift auch sofort mal ein und gibt direkt ein Feedback.

Die Qualitätsstandards hat das Team selbst entwickelt und in einem kleinen Buch zusammengefasst. In der Küche hängen ein großes Plakat und eine Art Mindmapping. Hierauf sind Mottos und Leitsprüche wie »Der Kunde ist König« und »Service ist das A und O«. Die Visualisierung helfe, da man sich daran hochziehen könne, meint Berit Becker-Hoffmann. Da kommt ihr ihre einjährige Trainer-Ausbildung, die sie in Wochenendseminaren gemacht hat, sehr zu Gute. Damit nichts vergessen geht, finden sich in der Küche auch die Regeln für das Tagesgeschäft: Immer einen frischen Atem haben, nach dem Kaffee einen Tic Tac essen, nach dreimaligem Klingeln ans Telefon gehen sowie das Erkundigen nach dem Wohlbefinden der Kundin sind hier festgehalten.

Empfehlung ist die beste Werbung

»Ich mache wenig Werbung. Meine Werbung ist der zufriedene Kunde und eine erfolgreiche Arbeit«, erklärt die Braunschweiger Fachfrau, deren Kunden durch Empfehlung kommen. »Ich habe eine Website und bin im Telefonbuch sowie mit einem etwas größeren Eintrag in den gelben Seiten zu finden. Zudem veranstalte ich alle zwei Jahre einen Tag der offenen Tür«, verrät die Praxis-Inhaberin. Den letzten veranstaltete sie zusammen mit den Reisekosmetikerinnen der Hersteller Anfang Mai. »Ich habe 2.500 Handzettel gedruckt, 2.000 an meine Kunden versendet und den Rest aktiv durch meine Praktikantinnen verteilen lassen – auch in Ladengeschäften und als Handwurfzettel«, sagt Berit Becker-Hoffmann. Die Veranstaltung war ein toller Erfolg: Es kamen rund 160 Kunden. Speziell zu diesem Anlass gab es eine Tombola zu Gunsten des nahe gelegenen Kinderhortes, Schnupper-Kurzzeitbehandlungen und zehn Prozent Rabatt auf die Sonderwaren. »Die Sonderaktionen gibt es nur alle zwei Jahre zum Tag der offenen Tür als Dankeschön für die Kunden und um Interessierten einen besonderen Anreiz zu bieten«, erklärt die Braunschweigerin, die auf Qualität achtet und ihre Dienstleistungen und Produkte nicht unter Wert verkaufen möchte.

Da die Kosmetikpraxis sich gut entwickelt, überlegt Berit Becker-Hoffmann ihr Institut noch um die Nachbarwohnung, die eine Größe von 70 Quadratmetern hat, zu erweitern. ■



B



Um richtig gut auszusehen
braucht ein Mann nur 3 Dinge:

viel Wasser, frische Luft und
DR. BELTER »MAN«!

- Pflanzenkraft und Wirkstofftechnologie für Männerhaut
- Feuchtigkeit und bioaktive Pflege nonstop
- patentierte Knospen-Extrakte zur Hautberuhigung
- Zellenergie und Radikalfänger gegen physiologischen Stress
- kraftvolle Anti-Falten Wirkung durch Peptid-Wirkstoffe
- frische, nicht fettende Formeltexturen
- frei von Mineral- und Silikonölen

Kennziffer
B01

DR. BELTER

C O S M E T I C

PROFESSIONAL CARE CONCEPT

