

# Werbeaktivitäten

**Seit April 2009 gibt es einen eigenen Werbeverband der Kosmetikinstitute e. V. (WDK). Der Verband organisiert überregionale Werbestrategien, die die Institute bei der Neukundengewinnung unterstützen. Mit Ki-Redakteurin Sabine Simon sprach Vorstand Alf Rüger über die Ziele des Verbandes und die Zukunft der Kosmetikbranche.**

## **Was gab den Ausschlag für die Gründung?**

In den letzten 15 Jahren hat sich sehr viel im kosmetischen Verhalten der Endverbraucher getan. Leider konnten die Kosmetikinstitute von diesem positiven Trend nur wenig profitieren. Meine Analysen zeigen, dass die Leistungspalette der Kosmetikerinnen zu wenig bekannt und überregional nicht beworben wird.

## **Können Sie die Gründe dafür benennen?**

Speziell in den führenden Medien wie Frauenzeitschriften etc. fehlt eine sachliche Information über die hervorragenden Dienstleistungen im Institut. Hingegen beherrschen immer mehr ärzt-

liche Dienstleistungen im kosmetisch-ästhetischen Bereich die Berichterstattung. Das liegt auch daran, dass die Kosmetikerinnen eine schwache Lobby haben. Zudem müssen sie oft Fachfrau für alles sein: Kosmetikerin, Verkaufs- und Werbeprofi, Psychologin und Unternehmerin.

## **Wie können Sie als Verband aktiv unterstützen?**

Wir stützen den Berufsstand mittels eines Werbe-Pools. Durch die Bündelung der Werbeaktivitäten, die allesamt über professionelle Agenturen und Publikums-Medien laufen, können wir effektiver agieren. Überregionale Werbemaßnahmen tragen zur Neukundengewinnung und Kundenbindung bei und steigern so die Rentabilität eines Instituts. Unterstützung gibt es auch im Bereich Internetwerbung.

## **Sie haben dafür auch eigens eine Homepage kreiert?**

Endverbraucher können auf [www.mein-kosmetikinstitut.de](http://www.mein-kosmetikinstitut.de) ihre Postleitzahl eingeben und die vom WDK empfohlenen Fach-Kosmetikerinnen in ihrer Region finden.

## **Wer gehört dem WDK an?**

Von Beginn an hat der Verband große Zustimmung aus der Industrie und von den Kosmetikinstituten erhalten. Inzwischen unterstützen wir mehrere hundert Institute. Außerdem haben wir einen Fachbeirat ins Leben gerufen. Darin sitzen Profis aus Kosmetologie, Werbung, Recht und Verbandswesen.

## **Kann jeder Mitglied werden?**

Nein! Nur ausgewählte Institute, die einen entsprechenden Qualitätsstandard erfüllen, werden aufgenommen. Auf der WDK-Homepage gibt es einen Mitgliedsantrag zum Ausfüllen. Infos gibt es auch telefonisch (08102 779162).

## **Derzeit gibt es eine Abmahnwelle. Unterstützen Sie auch in diesen Belangen?**

Inzwischen sind Abmahnungen keine Einzelfälle mehr. Sei es, weil angeblich die Grenze zu ärztlichen Heilbehandlungen überschritten wurde oder weil auf der Homepage etwas steht, was dort nicht stehen darf, bzw. wichtige Angaben fehlen. Wir beraten unsere Mitglieder in diesen Rechtsfragen und sichern ihnen Unterstützung zu.

## **Welche Ziele gibt es für die kommenden Jahre?**

Wir möchten durch eine professionelle Darstellung ein positives Image der Institute schaffen. Ziel des Verbandes und seiner Mitglieder ist es, das Interesse und damit die Kundenfrequenz der Institute erheblich zu steigern.



**Alf Rüger** war Leiter von Vertrieb und Marketing bei Reviderm. 2008 verließ er das Unternehmen, um den WDK aufzubauen. Infos unter [www.wdk-deutschland.de](http://www.wdk-deutschland.de)