

PRESSEMITTEILUNG

Positive Signale 2018 und zukunftsweisende Projekte für 2019 – beauty alliance baut Qualitätsführerschaft aus

Bielefeld, 6. Februar 2019

Nach einem erfolg- und ereignisreichen Jahr hat sich die beauty alliance Deutschland GmbH & Co. KG, Deutschlands größte Parfümerie Kooperation, auch für 2019 viel vorgenommen. So plant der Verbund kontinuierliches Wachstum in verschiedenen Segmenten, von der Sortimentserweiterung der Eigenmarken, der internationalen Expansion bis hin zum weiteren Ausbau der Beratungskompetenz.

Vor dem Hintergrund des verstärkten Wettbewerbs und der leicht rückläufigen Entwicklung im stationären Bereich im Gesamtmarkt (lt. IRI) konnte die beauty alliance 2018, unterstützt durch eine positive Entwicklung im Online-Bereich, ein leicht positives Ergebnis erreichen und erneut wirtschaftliche Stärke und Geschlossenheit demonstrieren. So konnte die Kooperation im vergangenen Jahr mit ihren über 1.100 angeschlossenen Parfümerien einen Außenumsatz von ca. 900 Millionen Euro erbringen. In den Segmenten Pflege und Dekorative entwickelte sich die beauty alliance (lt. IRI) besser als der Markt und konnte erneut Marktanteile gewinnen.

Eindrucksvolles Beispiel für die Stärke des Verbundes und ihrer Mitglieder ist im ersten Quartal 2019 die Übernahme von 10 Filialen des inhabergeführten Bonner Parfümerieunternehmens Vollmar durch die Parfümerie Becker GmbH, Neuss. Das Traditionsunternehmen Becker, bereits seit mehr als 120 Jahren am Markt, weitert mit den neuen Filialen das Netz von bisher 72 Standorten aus und setzt ein klares Zeichen für zukunftsweisendes Wachstum. Das Ausscheiden der Parfümerie Akzente GmbH in 2018 beabsichtigt die beauty alliance durch die Unterstützung des organischen Wachstums ihrer Mitglieder und die Entwicklung neuer strategischer Geschäftsfelder zu kompensieren.

„Die beauty alliance präsentiert sich als absolut stabiler Faktor im Markt und die Nummer 1 der Kooperationen in Europa“, erklärt Geschäftsführer Frank Haensel. „Mit unserer finanziellen Stärke, unserem hohen Eigenkapital und unseren zukunftsweisenden Dienstleistungen zur Unterstützung unserer Mitglieder konzentrieren wir uns ganz auf unsere Qualitätsführerschaft und heben uns klar vom Rest des Marktes ab.“

Kundenbindung und Loyalität

Für die beauty alliance steht konsequentes Qualitätsbewusstsein im Fokus. „Unsere einzigartigen Dienstleistungen, die unser Wettbewerber als kostenintensive Servicebereiche sukzessive aufgegeben hat, sorgen nach wie vor für unverändert großen Zulauf der Kunden und ein hohes Maß an Kundenbindung und Loyalität“, berichtet Christian Lorenz.

„Ein Spitzenwert, der auf unserer konsequenten Service- und Qualitätsorientierung basiert, sowohl gegenüber unseren Mitgliedern und insbesondere gegenüber den Kunden. Die beauty alliance setzt auf eine langfristige Orientierung ohne Investoren, um dafür zu sorgen, dass die angeschlossenen inhabergeführten Mitgliedsparfümerien ihre Unternehmen an die nächste Generation weitergeben können“.

Produktangebot und Beratungskompetenz

Die Mitglieder der beauty alliance kombinieren ihr vielfältiges Angebot an Produkten, Marken und Serviceleistungen mit der hohen Kompetenz ihrer Mitarbeiter. „Gerade in einem hart umkämpften Markt wie dem unseren sucht der Kunde nach einem Einkaufserlebnis, in dem die persönliche Beratung und das exzellente Know-how unserer Mitarbeiter im Mittelpunkt steht“, fasst Christian Lorenz zusammen. „Dies macht wirklich den Unterschied aus, den Kunden jeden Tag in unseren Parfümerien erfahren können. Zudem machen wir die Produkte erlebbar – mit einem in Deutschland einzigartigen Angebot von über 700 Beauty Lounges und Behandlungskabinen. Schließlich geht es nicht nur um den Preisvergleich, wie bei unseren Wettbewerbern. Wir verfolgen ganz klar das Ziel: Vergleichen Sie das emotionale Erlebnis und die Preis-Leistung.“

Um diese hohe Beratungskompetenz sicherzustellen und weiter auszubauen, plant die beauty alliance in Zukunft eine noch intensivere Weiterbildung der Mitarbeiter ihrer Mitglieder. Und dies unter der Federführung der beauty alliance International GmbH mit Sitz in der Schweiz. „Für eine bestmögliche Ausbildung unserer Beauty-Professionals nutzen wir internationale Möglichkeiten“, erklärt Christian Lorenz.

Internationales Wachstum

Die beauty alliance präsentierte sich in den vergangenen Jahren durch die erfolgreiche Zusammenarbeit mit internationalen Partnern als größte Beauty-Kooperation in Europa. Für 2019 hat sich das Unternehmen weiteres internationales Wachstum auf die Fahnen geschrieben. So wird die beauty alliance International GmbH weiter verstärkt, um im europäischen Wettbewerb mit Parfümerieketten wie Douglas, Sephora und Marionnaud bestehen zu können. Dazu erklärt Geschäftsführer Frank Haensel: „Zu neuen strategischen Allianzen führen wir bereits intensive Gespräche.“

Zudem plant die beauty alliance im Verlauf des Jahres 2019 weitere Prozessoptimierungen in verschiedenen Bereichen der Zentrale, um auch in Zukunft mit der Verbesserung der technologischen Infrastruktur noch schneller und effizienter auf alle Marktentwicklungen reagieren zu können.

Ausblick

Für 2019 hat sich beauty alliance viel vorgenommen, um ihre Mitglieder noch eindrucksvoller als service- und qualitätsorientierte Anbieter am Markt zu positionieren und weitere Akzente zu setzen. Mit ihrer Dachmarke YBPN, Your Beauty Professional Network, die im Jubiläumsjahr 2017 aus der Taufe gehoben wurde, etablierte die Kooperation ein Gütesiegel als stärkendes Erkennungszeichen für die Mitglieder und Imageerlebnis für die Kunden.

Im Juni 2018 folgte ein weiterer Meilenstein von YBPN, die erfolgreiche Einführung der ersten Eigenmarken-Produkte. In 2019 wird beauty alliance diese noch weiter pushen und neben Bestsellerprodukten aus der dekorativen Kosmetik weitere Segmente in das Sortiment integrieren. So spricht das Unternehmen junge, beauty-affine Kunden an und präsentiert sich diesem Publikum auf Foren wie der Fitnessmesse FIBO in Köln, um den Bekanntheitsgrad der Marke zu steigern und neue Zielgruppen zu erreichen.

„Wir gehen sehr optimistisch in das neue Geschäftsjahr, da wir mit unserer starken Positionierung und unserer konsequenten Ausrichtung an Kompetenz und Qualität am Markt überzeugen. Das spiegeln uns unsere Mitglieder und die zufriedenen Kunden tagtäglich wider“, resümiert Christian Lorenz.

Über das Unternehmen

Die beauty alliance Deutschland GmbH & Co. KG mit Sitz in Bielefeld ist der größte kooperative Unternehmensverbund inhabergeführter Parfümerien in Deutschland. Sie vertritt 253 Parfümerie-Einzelhändler und bildet mit über 1.100 Standorten das größte Netz von Parfümerien in Deutschland. Unter dem Dach der beauty alliance International mit Sitz in der Schweiz ist die beauty alliance mit über 2.000 Parfümerien in Europa der stärkste Partner inhabergeführter Parfümerien, (Stand Januar 2019). Die Marke YBPN, Your Beauty Professional Network, steht stellvertretend für die Professionalität, Kompetenz, individuelle Beratung, Service sowie ein Einkaufserlebnis on- und offline.

Die beauty alliance bietet als Kooperation umfangreiche Leistungen für ihre Mitglieder, darunter die Zentralregulierung, eine zentrale Warenwirtschaft, ein umfassendes Marketing und betriebliche Beratung. Mit einem Gesamtumsatz von ca. 900 Millionen ist die beauty alliance Deutschland GmbH & Co. KG zweitgrößter Teilnehmer des selektiven Marktes der Kosmetikbranche in Deutschland.

Pressekontakt:
LIEBERMANN communications UG
Heike Liebermann
Schlossstraße 18
51429 Bergisch Gladbach
Telefon +49 2204 5846 070
mail@heike-liebermann.com

Kontakt:
beauty alliance Deutschland GmbH & Co. KG
Große-Kurfürsten-Straße 75
33615 Bielefeld
Tel. +49 521 520 77 101
presse@beauty-alliance.de