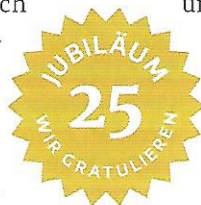


## 25 JAHRE VITAL KOSMETIKAKADEMIE E-Book zum großen Festjahr

Die Kosmetikschule im Herzen Berlins hat 2021 allen Grund zum Feiern, denn seit 25 Jahren behauptet sie sich auf dem Beautymarkt. Die Vital Kosmetikakademie bietet Aus- und Weiterbildungen im Kosmetik- und Wellness-Bereich an. Zu den Besonderheiten der Akademie gehört die zweijährige Ausbildung zum „Executive of Beauty, Spa & Wellness“ – eine **Managementausbildung für die Branche**. Nach dem Tod der Gründerin Jeannetta Kranepuhl im Jahr 2016 übernahm der Ehemann Lutz Kranepuhl den Schulbetrieb als Geschäfts-

führer. „Wir haben bewegte Zeiten hinter uns. Die letzten vier Jahre haben wir genutzt, um große Schritte nach vorne zu machen. Besonders stolz sind wir auf unsere Lehrgänge zum Kosmetikmeister, die äußerst positiv angenommen werden und unseren Mut, das Thema NiSV anzupacken“, so Lutz Kranepuhl. Anlässlich des 25. Schuljubiläums bietet die Akademie für Interessierte ein **GRATIS E-BOOK** mit „Wissens-Diamanten“ aus dem Beauty Business an. Das Buch ist hier erhältlich: [vital-kosmetikakademie.de/buch.php](http://vital-kosmetikakademie.de/buch.php)



## GERMAN BRAND AWARD

### Auszeichnung für Klafs

Bereits zum dritten Mal erhält Klafs den German Brand Award. In diesem Jahr wird der **Weltmarktführer für Sauna, Pool und Spa mit Gold** prämiert. Das begehrte Siegel wird vom Rat für Formgebung und dem German Brand Institute an wegweisende Marken verliehen. Die Jury nennt u. a. die „[...] über Jahrzehnte hinweg konsequente und erfolgreiche Markenarbeit, die nie stehengeblieben ist und sich immer wieder neu aufgeladen hat [...]“ als Grund für die Goldprämierung Klafs‘.



Foto: Klafs

## AKTUELLER STATISTA REPORT 2021

### Nachhaltigkeit bei Beauty- und Körperpflegeprodukten

Ein Viertel der Deutschen verzichtet aus Gründen der Nachhaltigkeit auf Produkte wie Einwegrasierer. Dies und mehr fand der Statista Report „Nachhaltiger Konsum 2021“ heraus. Nachhaltigkeit wird somit immer mehr zum wichtigen Kaufkriterium. Im Bereich Beauty & Personal Care sind 27 % der Befragten der Ansicht, dass eine Nachhaltigkeit der Produkte wichtig ist. Nachhaltigkeit motiviert 55 % der Befragten zudem, neue Beauty- und Körperpflegeprodukte auszuprobieren. Der **Preis, mangelnde Glaubwürdigkeit und Gewohnheiten** sind dabei die größten Hemmnisse für entsprechende Käufe. Gründe für nachhaltige Kaufentscheidungen im Bereich Körperpflege sind für

64 % der Umweltschutz, die Gesundheit (41 %) und das Gewissen (36 %). Dabei priorisieren Konsumenten aller Altersklassen den **Verzicht auf schädliche Stoffe**. Sie greifen deshalb lieber zu Kosmetik- und Pflegeprodukten ohne Mikroplastik (33 %) und frei von Mineralöl (28 %). Ein Viertel (24 %) kauft zudem aus Gründen der Nachhaltigkeit direkt weniger Kosmetika und Pflegemittel. Befragte im Alter von 16 bis 29 Jahren legen zusätzlich großen Wert auf nachfüllbare und vegane Produkte. Die Nachhaltigkeit liegt auf Platz sieben der Kaufkriterien für Körperpflegeprodukte, der Preis und die Qualität stehen an erster

Stelle. Junge Konsumenten kaufen zudem **am liebsten online**. Mehr als die Hälfte (53 %) der 25 bis 34-Jährigen kauft zudem mindestens einmal pro Woche online ein. Rund 60 % der Online-Shopper haben im vergangenen Jahr kein einziges Paket zurückgeschickt. 65 % der Befragten sind bereit, mehr für die Retour-Lieferung zu bezahlen, wenn im Gegenzug ein CO<sub>2</sub>-neutraler Versand garantiert wird. Nachhaltige Aspekte spielen im E-Commerce durchaus eine Rolle: Fast jeder Zweite gibt **wenig Verpackungsmüll als ein wichtiges Lieferkriterium** an. Ein kostenloser, schneller und sicherer Versand hat jedoch nach wie vor eine hohe Priorität.