

# BEAUTY FORUM

CHF 9.-  
www.beauty-forum.ch



EDITION SWISS | 7+8/2016

## EINFACH **ANDERS**

Besondere Produkte im Institut  
ab Seite 16

## ZEITLOS **SCHICK**

Die Mode der Sechziger  
ab Seite 46

Dossier:

# Anti-Aging

Trends für die Kabine  
ab Seite 32

# FARBEXPLOSIONEN FÜR

*Nail-Liebhaber und Nail-Profis*

CND<sup>®</sup>  
creative  
play™

*Die faszinierende Farbwelt von*  
CND™ Creative Play™



## Kreieren Sie Ihren eigenen Nagellack-Trend

80 lebendige Farben mit 10 verschiedenen Effekten.  
Ob Glitzer, Schimmer oder Metallic-Effekte –  
CND™ CREATIVE PLAY™ gibt jedem die Chance  
kreativ zu sein. **JUST PLAY!**

### Ihre Nagellackfarben...

...für den Sommer online unter [www.dobi.ch/creative-play](http://www.dobi.ch/creative-play)

DOBI

# BUTTERFLY

*Color Gel*



## DOBI Butterfly Color Gels

- Hohe Deckkraft, Farbintensität und Pigmentierung
- Hervorragende Selbstglättung
- Einzigartige Farbauswahl
- Hochwertige und speziell angefertigte Verpackung
- Schnelle Aushärtungszeit (UV- oder LED-Lampe)
- Farbpunkt auf Dose ersichtlich, unterstützt Sie beim effizienten Arbeiten
- Attraktive Mengenrabatte

### Ihre Gel Farben...

...für den Sommer finden Sie unter [www.dobi.ch/colorgel](http://www.dobi.ch/colorgel)

**dobi**<sup>®</sup>

DOBI INTER AG

SUHR | ZÜRICH | BERN | ETOY | 062 855 22 22 | [www.dobi.ch](http://www.dobi.ch)



# Schnupper- STUNDEN

Die BEAUTY FORUM Edition Swiss gibt es jetzt auch als E-Paper! Entdecken Sie hier eine Auswahl an interessanten Artikeln und Informationen aus der aktuellen Ausgabe. Die Fachbeiträge werden ergänzt durch anschauliche Videos, weiterführende Downloads und komfortab-len Links zu Fachliteratur sowie zu Produkt- und Firmenvorstellungen. Schnuppern Sie rein und überzeugen Sie sich selbst!

Sie haben Lust auf mehr? Wenn Sie diese Ausgabe komplett lesen wollen, registrieren Sie sich online – am Ende dieses E-Papers finden Sie den Direktlink. Drei Monate lang lesen Sie dann die BEAUTY FORUM Edition Swiss als Onlineausgabe völlig kostenfrei und unverbindlich. Ausserdem haben Sie Zugriff auf das gesamte Portal mit allen Videos, Downloads und vielem mehr.

Klicken Sie jetzt rein, es lohnt sich!

Viel Spass beim Lesen wünscht Ihnen,

Bernd Schuster



## LESEN SIE AUCH



## TAUCHEN SIE EIN IN DIE BUNTE WELT VON BEAUTY FORUM EDITION SWISS...

Ihre tägliche Arbeit widmet sich nicht nur der Pflegenden und Dekorativen Kosmetik?

Dann haben wir den perfekten Begleiter für Sie. Wählen Sie selbst Ihren Favoritentitel und entscheiden Sie, wer Sie auf Ihrem Weg begleiten soll. Sie haben die Qual der Wahl: das Fachmagazin für Nail-Profis, der Profi für medizinische Kosmetik oder die unterstützende Hand in Sachen Business, Marketing und Verkauf.

Sie haben Interesse und benötigen weitere Informationen?

Dann rufen Sie uns an unter 041 417 07 79 oder senden Sie uns eine eMail an [info@health-and-beauty.ch](mailto:info@health-and-beauty.ch).

Wir helfen Ihnen gerne!



42

**ZEITREISE**  
Sechziger Jahre



32

**ZEIT ANHALTEN**  
Anti-Aging

# Inhalt

JULI + AUGUST 2016

## COMMUNITY

- 6 News
- 7 Ziele verfolgen  
SFK
- 8 Interaktiv
- 9 Live-Online-Seminare  
Aktuelle Webinare

## BEAUTY & CARE

- 10 Richtiger Riecher  
Waxing der Nasenhaare
- 15 News  
Beauty & Care
- 16 Alles ausser gewöhnlich  
Kosmetik, die nicht  
alltäglich ist
- 25 Serie: Sagen Sie mal ...  
Zahnpasta gegen Pickel?
- 26 Weiss wie Schnee  
Pigmentierung der Haut
- 29 News  
Beauty & Care

- 30 Erfolgsstory  
Maria Galland
- 51 Best of Beauty  
Innovationen fürs Institut

## DOSSIER

- 32 Dossier: Anti-Aging-Trends  
für die Kabine
- 34 Spuren der Zeit  
Hautbild und Wirkstoffe
- 38 Apparatives Anti-Aging  
Kosmetisches Needling
- 40 Aufwärtstrend  
Schminktipp

## STYLE & FASHION

- 42 Swinging Sixties  
Step by Step
- 46 Auffallend anders  
Damenmode in den Sechzigern

## LIFE & WORK

- 66 Startklar  
Motiviert im Alltag

- 69 Meine Stammkundin  
Unterstützung beim Jawort

- 70 König Kunde  
Round Tables by Dobi

## MESSE

- 71 Auf nach München!  
31. BEAUTY FORUM München

## IN JEDER AUSGABE

- 3 Editorial
- 73 Markt
- 74 Ausbildung
- 77 Profi-Shop
- 78 Horoskop
- 79 Impressum, Werbepartner,  
Vorschau
- 80 Ganz persönlich

.....  
**Titelbild:** Fotografin: Ellin Anderegg,  
 www.ellin.ch; Hair & Make-up: Jesca Li,  
 repräsentiert von make-it-up.ch; Model: Lynn  
 Grütter, repräsentiert von Bibamodel.com  
 .....



# COLOURS COLOURS COLOURS – 80s STYLE

Medienpartner:



**29<sup>th</sup> International Masters' Award Make-up  
Samstag, 22. Oktober 2016**

Erleben Sie die nationalen Sieger im internationalen Wettstreit.  
Es wird bunt, es wird spannend, es wird emotional!

# AUFWÄRTSTREND

**SCHMINKTIPPS** – Beim Schminken von älteren Damen ist es enorm wichtig, die Gesichtszüge optisch „anzuheben“. Vor allem beim Augen-Make-up gibt es so einige Tricks, wie man die „Abwärtstendenz“ korrigieren kann. Visagistin Tanja Meuthen Copertino zeigt, was Sie beachten müssen.



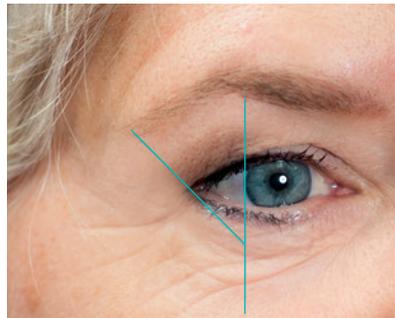
Ein Make-up, das jünger machen soll, erfordert bereits vorab eine intensive und ausführliche Hautpflege. Verwenden Sie bei Best-Ager-Kundinnen zunächst als Basis eine Pflegecreme, die Hyaluronsäure enthält. Das Produkt sollte ausserdem rasch einziehen und die Haut für mehrere Stunden aufpolstern.

Legen Sie Wert auf eine gute Augenpflege, die Sie vor dem Make-up unter den Augen platzieren. So hält der Lidschatten erfahrungsgemäss besser. Hellen Sie den Bereich unter den Augen ausserdem mit einem pflegenden Concealer auf; das lässt die Augenpartie gleich frischer und ausgeruhter wirken. □



## AUGEN-MAKE-UP

Tragen Sie zunächst einen beigefarbenen Lidschatten gleichmässig auf das gesamte Lid auf. Achten Sie darauf, dass er besonders die Rötungen direkt am Wimpernrand abdeckt. Sparen Sie unter den Augenbrauen einen ca. 1 cm breiten Bereich aus. Den zweiten Farbton, ein neutrales Graubraun, platzieren Sie bei geöffneten Augen. Zwei Linien sind dabei entscheidend: Die erste Linie verläuft vom äusseren Augenwinkel zum Ende der Augenbraue. Die zweite Linie verläuft senkrecht am äusseren Ende der Iris. In dem so entstandenen kleinen Zwischenraum tragen Sie nun den Lidschatten mit dem dunkleren Farbton von aussen nach innen auf. Das Prinzip ist immer das gleiche; die Augenform spielt bei dieser Technik keine Rolle. So ist der



Zwei Referenzlinien helfen Ihnen beim Auftragen des dunkleren Farbtons.

Bereich, der dunkel betont wird, genau definiert und man verhindert, zu viel Farbe aufzutragen (einer der häufigsten Fehler bei Best Ager[n]).



Auf unserer Website finden Sie unter dem

Suchwort „Best Ager“ zahlreiche weitere Artikel darüber, wie man die Zielgruppe 50+ gezielt ansprechen kann.

[www.beauty.forum.ch/Downloads](http://www.beauty.forum.ch/Downloads)

## WIMPERN & AUGENBRAUEN

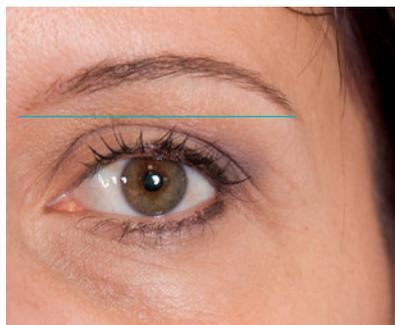
Verdichten Sie die Wimpern mit einem dunklen Kajalstift. Hierzu setzen Sie die Farbe direkt in die Zwischenräume der Wimpern. Zur Orientierung starten Sie an der letzten äusseren Wimper und enden in der Mitte des Auges. Am unteren Wimpernkranz verfahren Sie ebenso. Die beiden „Linien“ sollten sich am äusseren Augenwinkel jedoch nicht berühren und zur Mitte hin sanft auslaufen. Tuschen Sie nun die Wimpern. Da diese im Alter oft spärli-

cher und auch kürzer wachsen, empfiehlt es sich, eine möglichst kleine Bürste zu wählen, um dichter an den Wimpernkranz zu kommen.

Die Form der Augenbrauen spielt in Sachen verjüngende Wirkung eine grosse Rolle. Anfang und Ende der Braue sollten auf einer horizontalen Linie liegen. Das hebt den hinteren Teil des Auges optisch an und wirkt dadurch wie ein kleines „Facelifting“.



Vorher: unregelmässige Brauen und dünne Wimpern.



Nachher: Augenbrauen liegen auf einer Linie. Die Wimpern sind ausdrucksstark.



### TANJA MEUTHEN COPERTINO

Unsere Autorin ist Fotografin, Make-up-Artist und Buchautorin. Sie initiierte die Ausbildung zum „Beautist“. [www.beautist.de](http://www.beautist.de)



# AUFFALLEND *anders*

**DAMENMODE IN DEN SECHZIGERN** – Für die Jungen schick, für die Alten ein Schock! Die 1960er Jahre brachten frischen Wind in die Kleiderschränke: Minirock, Hose für Frauen und Hippie-Look verkörperten ein neues Lebensgefühl.



Die Looks muteten oft futuristisch an. Sonnenbrille und Hut waren gefragte Accessoires und peppten Minikleidchen auf.

Züchtig, angepasst, liebezend – die Mode der Fünfziger Jahre war der jungen britischen Modeschöpferin Mary Quant viel zu langweilig. Sie passte so gar nicht zum Geist der Sechziger, einer Zeit voller kultureller und gesellschaftlicher Umbrüche. Anständige Mädchen tragen ihre Röcke unter den Knien? Viel zu bieder für Mary Quant! Und: Wer möchte schon anständig sein? Vom Geist der Zeit beseelt, griff sie zur Schere und erschuf einen Modehit, der bis heute in unseren Schränken zu finden ist: den Minirock.

### Kleiner Rock, grosser Skandal

Das kleine Stückchen Stoff verhalf Frauenbeinen zu ihrem grossen Auf-

tritt: Immerhin endete es 10 cm über den Knien. Was wir heute als normal empfinden, war damals ein Skandal für die ältere Generation und eben alle, die um Zucht und Ordnung besorgt waren.

### Dünn, dünner, Twiggy

Was war bloss mit den vielen angepassten Töchterchen geschehen? Sie hatten sich immer mehr von den ihnen anerzogenen Vorstellungen der idealen Frau gelöst.

Ihr Leben sollte mehr zu bieten haben als tägliche Hausarbeit und reicher Kindersegen. Damit einhergehend veränderte sich auch das Schönheitsideal. Üppige weibliche Formen wurden nun mit Mutterschaft assoziiert. Während man in den Fünfzigern von einer weiblichen Silhouette à la Marilyn

Monroe träumte, war nun der burschikose und dünne Typ gefragt.

Dieser verkörperte ewige Jugend, Spass und nicht die vielerorts gepredigten Pflichten einer Frau.

Die spindeldürre junge Britin Leslie Hornby entsprach dem gefragten Look „Kindfrau“ wie keine andere. Noch heute gilt sie als Urmutter der Supermodels. In der Presse wurde sie schnell nur noch „Twiggy“ genannt, was so viel bedeutet wie Zweiglein.

Twiggy war mit ihren spindeldürren langen Beinen wie geschaffen, den Minirock auf den Laufstegen zu präsentieren. Twiggy und Mary Quants Modehit waren bald untrennbar.

Den ultrakurzen Röcken folgten kurz darauf ultrakurze Minikleidchen und passende Mäntelchen. Diese wurden gerne mit bunten Nylonstrümpfen kombiniert.



## Buntes Treiben

Nicht nur die viel zu kurzen Röcke erregten in den Sechzigern Aufsehen. Das Jahrzehnt brachte zahlreiche Trends und modische Strömungen hervor. All diese sind Ausdruck der besonderen Zeit und Umstände.

Die Jugendlichen hatten genug von den Zwängen und Regeln, die ihnen von der Elterngeneration auferlegt wurden. Freiheit, Selbstbestimmung und Individualismus waren die Dinge, nach denen sich die Jugend sehnte. Brav und angepasst wollte man nicht mehr sein. Nicht zuletzt durch

die Mode verlieh man eben dieser Gesinnung Ausdruck.

Die Wirtschaft erkannte das erstarkte Kaufpotenzial der Jugend und machte ihren Geschmack zum tonangebenden Faktor.

Wilde Farbkombinationen und verrückte Muster peppten die Stoffe auf. Die Schnitte wurden klar und schmal. Man verzichtete darauf, die weibliche Silhouette zu betonen. Die A-Linie war en vogue. Während man in den Fünfzigern das Dekolleté der Damen durch raffinierte Schnitte fokussierte, waren nun Kragen in Mode.

Passend dazu gab es schicke, verrückte und oftmals futuristisch anmutende Accessoires: riesige Sonnenbrillen, breite Gürtel, Pillbox-Hüte sowie Ketten, Armbänder und übergrosse Ohrringe aus Plastik.

## Böses Beinkleid

Dass immer mehr Frauen in dieser Zeit den Rock gegen die Hose tauschten, war eine kleine Sensation. Bisher schickte es sich für Damen nicht, dieses als männlich empfundene Kleidungsstück zu tragen.



Mit kurzen Hängerkleidchen zeigte frau sich gerne. Ausschnitte waren out, Kragen war in. Dazu wurde bunter Modeschmuck aus Plastik, Leder oder Glas kombiniert.

## HAARIGE TRENDS



Ein hochtoupierter Hinterkopf à la Audrey Hepburn in „Breakfast at Tiffany's“.



Burschikose Kurzhaarschnitte à la Twiggy erregten Aufsehen.



Mit einer Löwenmähne à la Brigitte Bardot konnte frau auch punkten.

Fotos: Olga Ekaterincheva/Shutterstock.com

Karottenhosen und Schlaghosen bahnten sich ihren Weg in die Kleiderschränke der Damen. Grosser Beliebtheit erfreuten sich auch maskuline Hosenanzüge.

Eine ganz eigene Richtung verfolgte die Mode der Hippies. Diese richteten sich mit individueller Kleidung gegen die ihnen verhasste Massenkultur und Konsumgesellschaft. Weite Batikgewänder, Tücher, blumige Muster und

Sandalen prägten die Erscheinung der Blumenkinder. Diese Kleidungsstücke waren echte Unikate, da man sie oft selbst nähte, färbte oder auch strickte.

### Zeitloser Trend

Mode Sorge dafür, dass man sich lebendig fühle, so soll es Mary Quant einst gesagt haben. Mit Minirock, Hip-

pie-Look und Co. haben die Swinging Sixties die Türen für die Mode von heute geöffnet.

Ein Blick auf internationale Catwalks beweist, dass jenes Jahrzehnt die Designer bis heute nicht loslässt. Die Sechziger liegen bereits ein halbes Jahrhundert zurück, haben es aber in zahlreichen Revivals immer wieder zurück in unsere Kleiderschränke geschafft. Friederike Weiser

Nickel-frei



*Pigmente  
ohne Eisenoxyde*

**Swiss Color® OS Pigmente sind frei von Eisenoxiden, AZO, Schwermetall, PAK, NDELA und Nickel!**

Ab sofort sind bei uns über 40 Permanent Make up Pigmente für Braue, Lid, Lippe, Areola, Tricho & Camouflage erhältlich!

SC-International AG T +41 (0) 71 / 663 77 77  
Neugasse 26 F +41 (0) 71 / 663 77 79  
CH-9000 St. Gallen E info@swiss-color.ch

[www.swiss-color.ch](http://www.swiss-color.ch)

# STARTKLAR

**MOTIVIERT IM ALLTAG** – Es sind eigentlich tausend Dinge zu erledigen, doch die Couch ist leider viel zu gemütlich? Die Motivationstrainerin Renata Bürki weiss, wie man dem inneren Schweinehund Beine machen kann.



**W**er kennt das nicht? Der Wecker klingelt und man kann sich kaum aus dem kuscheligen Bett quälen. Wenn da nicht die Pflicht wäre, würde man am liebsten liegen bleiben. Es gibt oft so viel zu tun, aber auch mit viel gutem Willen bringt man sich nicht dazu, irgendwo zu beginnen. Warum mangelt es uns hin und wieder einfach an der nötigen Portion Motivation? Manchmal gibt es einen Anlass von aussen, der unsere Stimmung beeinflusst. Demotivierend kann es auch sein, wenn etwas nicht gelingen will, der Erfolg sich nicht einstellt oder wir negative Kritik bekommen.

## Motivationsmangel

Aber wir selbst sind es, die unser Denken über gewisse Situationen bestimmen, die Demotivation hervorrufen. Daher wirken nicht alle Gegebenheiten auf alle Menschen gleich. Das Wort Motivation enthält den Begriff „Motiv“. Dahinter verstecken sich die Werte als grundlegende Antriebskraft unseres Handelns. Was uns wichtig ist, steuert unser Tun. Der Begriff „Motivation“ ist vom italienischen „movere“ abgeleitet. Es bedeutet „bewegen, in Bewegung setzen, verändern, beeinflussen“. Was bewegt uns im Alltag, unseren Tätigkeiten und Aufgaben nachzugehen, und was bremst die Schaffenskraft? Das ist die Kernfrage.

## Selbstmotivation

Viele Menschen fühlen sich motiviert bei Tätigkeiten, die ihnen liegen, die eine gewisse Herausforderung darstellen, jedoch nicht zu schwierig sind, um sie zu bewältigen. Da ver-

steckt sich ein zentraler erster Ansatzpunkt von Motivation. Wissen Sie, welche Arbeiten Ihnen Freude bereiten? Dies herauszufinden, ist das Fundament jeglicher Selbstmotivation. Das Einfachste zuerst: Für eine bestimmte Arbeit bringe ich keine Motivation auf. Da stellt sich die Frage: „Muss ich diese Arbeit wirklich tun?“ Oftmals bürden wir uns Tätigkeiten auf, die ganz gut unerledigt bleiben oder von anderen getan werden könnten - nur aus Gewohnheit oder weil wir denken, wir müssten eine Sache tun oder andere würden es von uns erwarten.

Es gibt so manche Motivationstipps, die bei den einen gut wirken und bei den anderen gerade das Gegenteil bewirken.

So zum Beispiel die altbekannte To-do-Liste. Diese unterstützt einen, wenn man vor lauter Bäumen den Wald nicht mehr sieht.

Sie kann einem helfen, sich einen Überblick zu verschaffen. Was muss alles erledigen werden und was ist

wirklich wichtig? Dazu gehört ein dicker Schwarzstift, um das Erledigte durchzustreichen.

## Belohnungssystem

Gut ist auch das Belohnungssystem. „Wenn ich das erledigt habe, darf ich noch ein paar Seiten in meinem spannenden Buch lesen.“ Oder man gönnt sich einen Einkaufsbummel oder einen Saunabesuch – wichtig ist einfach zu wissen, was einem guttut und womit man sich belohnen könnte.

## Der innere Kritiker

Selbstmotivationsmethoden bauen auf konstruktiven inneren Dialogen auf. Wie gehe ich mit meinem inneren Kritiker um? Gerade der innere Kritiker ist ein Demotivator und Gift für die Selbstmotivation. Meist entsteht die innere Kritik aus dem Vergleich mit anderen – „Was werden die anderen denken?“ – oder den vermeintlichen Erwartungen an uns.

Doch meist denken Leute nicht so viel wie wir denken, dass sie denken. Sie sind nämlich einfach mit sich selbst beschäftigt. Erwartungen an uns haben wir meist nur selbst. Negative innere Dialoge können durch Ablenkung und dadurch, etwas zu tun, das Spass macht, unterbrochen werden. Oft hilft bereits das Realisieren, was jetzt gerade im Kopf abläuft.

Das Beobachten der eigenen Gedanken kann bewirken, dass sich diese in eine andere Richtung entwickeln. Und wer dabei noch über sich selbst lachen kann, hat den Dialog mit dem inneren Kritiker gewonnen.

Wir haben heute den Anspruch, dass wir rund um die Uhr, täglich, jahraus und jahrein motiviert sind. Dabei zeigt



Eine To-do-Liste kann eine grosse Motivationshilfe sein. Sie verschafft Ihnen nicht nur einen Überblick über das, was zu tun ist. Das Abhaken von erledigten Aufgaben gibt vielen Leuten ein Gefühl von Zufriedenheit.

## ProfessionalBeautyDay // My Beauty Business

### MOTIVATIONSSCHUB GEFÄLLIG?

Renata Bürki wird beim **ProfessionalBeautyDay 2016** zum Thema „**Motiviert im Alltag**“ referieren. Karten für die Veranstaltung am **30. Oktober 2016** in Olten gibt es unter: [www.beauty-forum.ch/beautyday.html](http://www.beauty-forum.ch/beautyday.html)

uns die Natur: Es gibt vier Jahreszeiten - einschliesslich einem Winter für die Regeneration.

Es kann sein, dass wie Licht und Schatten auch Motivation und Demotivation zum Leben gehören. Und da gibt es nur einen Tipp: Annehmen, was es ist. Heute bin ich halt wirklich nicht motiviert und morgen ist es vielleicht schon wieder anders.

#### Andere motivieren

Es gibt Menschen, die behaupten, dass es unmöglich sei, andere zu motivieren. Ich sehe das etwas anders. Wenn Sie Ihrer Kollegin am Eröffnungstag des neuen Ladens sagen, wie gelungen Sie die Einrichtung und die Raumgestaltung finden, ist das motivierend. Ihr Kompliment, echt und von Herzen kommend, wird freudig angenommen werden. Sie werden es am Gesichtsausdruck der Kollegin sehen.

#### Anerkennung

Wir Menschen lechzen nach Anerkennung. Irgendwann in unserer Entwicklung kommt uns die innere Antriebskraft abhanden, die bei einem Kleinkind beobachtet werden kann, das auch nach dem x-ten Mal hinfallen wieder aufsteht und so die ersten Schritte macht.

Man weiss, dass Anerkennung und Bestätigung ganz wichtige Impulse zur Ermutigung geben und wichtig für sämtliches Lernen sind. Das ist nicht nur bei Kindern, sondern auch bei Erwachsenen so.

#### Kommunikation

„Was liegt dir auf der Seele?“ Bei Motivationstiefs hilft ein Gespräch unter Kollegen oder Freunden. Dabei geht es darum, einfach erzählen zu können und keine oberflächlichen Ratschläge zu erhalten. Sätze wie: „Du musst halt einfach dies und das tun!“ oder „Oh, du Ärmste!“, sind selten hilfreich. Dann gibt es auch solche Leute, die kaum zuhören und schon nach wenigen Sätzen ihre eigene Geschichte erzählen. Auch dies ist wenig unterstützend. Der Satz: „Ja, ich sehe, das ist schwer für dich. Kann ich dich in irgendeiner Weise unterstützen?“, hört sich schon empathischer an. Die demotivierte Person bekommt das Gefühl, verstanden worden zu sein. Und schlussendlich geht es darum, verstanden und dadurch ernst genommen zu werden.

#### Begeisterung

Begeisterung ist ansteckend und einer der stärksten Motivatoren. „He,

das ist einfach genial, eine super Idee, das musst du unbedingt tun!“ Jemanden in gesunder Masse zu ermutigen, etwas weiter zu verfolgen oder in die Tat umzusetzen, kann durchaus eine Motivationspritze sein.

Geteilte Freude ist doppelte Freude. Zusammen das zehnjährige Bestehen zu feiern macht Spass. Nein, das soll kein Vergleichen werden, wer erfolgreicher ist!

Stossen Sie einfach zusammen auf die vergangenen Jahre mit allen Hochs und Tiefs an. Sich miteinander zu freuen, kann ein Motivationsanstoss sein und sich positiv auf die weitere Arbeit auswirken.

Manche glauben, dass Motivation einfach gegeben ist. Meine Überzeugung ist: Wir können Verantwortung übernehmen und einiges zur Selbstmotivation tun.

Ebenfalls andere zu ermutigen statt sie – wie wir es häufig im Alltag erleben – mit unserer Kritik sowie mangelnder Fehler- und Feedbackkultur zu entmutigen, kann täglich umgesetzt werden. □



**RENATA BÜRKI**

Die Betriebsökonomin FH und Erwachsenenbildnerin HF trainiert Firmen und Organisationen im Bereich Führung, Kommunikation, Persönlichkeits- und Teamentwicklung.



Viktoria Georgina Biro (l.) und Sonja Ehrat verstehen sich blendend.



Sonja Ehrat (r.) ist Stammkundin im Institut „Viktoria Georgina“ in Zürich. ([www.viktoriageorgina.com](http://www.viktoriageorgina.com))



Kosmetikerin Viktoria überzeugt Kundin Sonja mit Professionalität und Herz.

# Unterstützung beim Jawort

**KUNDENBINDUNG** – Seit zwei Jahren ist Sonja Ehrat die Stammkundin von Kosmetikerin Viktoria Georgina Biro. BEAUTY FORUM haben die beiden verraten, weshalb sie unzertrennlich sind und welche besonderen Erinnerungen sie teilen.

## meine **stamm**kundin



### KUNDIN

**Was ist das Schönste, was Sie mit Ihrer Kosmetikerin gemeinsam erlebt haben?**

Meine Hochzeit, bei der sie mir – nebst dem perfekten Make-up – auch moralisch und mit ganz viel Geduld und Verständnis ganz toll beigestanden hat.

**Warum bleiben Sie Ihrer Kosmetikerin treu?**

Weil sie äusserst professionell ist und aus meiner Haut und meinem Aussehen immer das Beste herausholt. Zudem fühle ich mich bei ihr einfach rundum extrem wohl.

**Wie wurden Sie auf sie aufmerksam?**

Durch eine gute Freundin, die mir Viktoria weiterempfohlen hat. Ich war sofort begeistert.

**Was zeichnet ihre Arbeit aus?**

Präzision, Professionalität, Leidenschaft, viel Erfahrung, Innovation und sie ist mit ganzem Herzen dabei.



### KOSMETIKERIN

**Wann kam Ihre Stammkundin das erste Mal zu Ihnen?**

Vor zwei Jahren wurde ich Sonja als Make-up-Artist empfohlen, als sie eine Visagistin für ihre Hochzeit gesucht hat. Ich habe sie geschminkt und dann kam sie immer wieder vorbei.

**Welche Erfolge konnten Sie erreichen?**

Am Anfang war sie am Schminken interessiert und später auch an Hautpflege. Wir kämpften im Winter mit Fruchtsäure gegen ihre Pigmentflecken.

**Wie oft kommt sie zu Ihnen?**

Sonja kommt monatlich zu mir für Gesichtereinigung und Augenbrauenstyling. Sogar ihre Mami ist meine Kundin geworden.

**Wie belohnen Sie Kundentreue?**

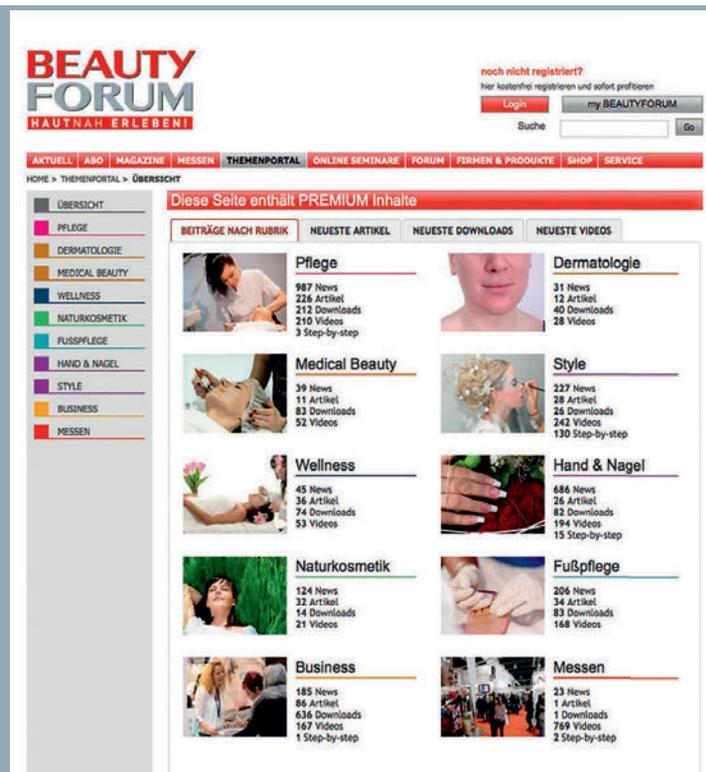
Ich habe einen „Waxing Pass“ und „Beauty Pass“. Kunden sammeln Einträge. Bei der zehnten Behandlung erhalten sie eine Gratisbehandlung oder Guthaben.

**Dreamteam gesucht!** Sie wollen sich gemeinsam mit Ihrer Stammkundin vorstellen? Zeigen Sie uns, was Sie besonders macht! Bewerben Sie sich unter: [friederike.weiser@health-and-beauty.com](mailto:friederike.weiser@health-and-beauty.com)

# SIE WOLLEN MEHR?



Klicken & kostenfrei registrieren



Klicken & einloggen

## Dann klicken Sie kostenlos rein! BEAUTY FORUM komplett Print & Online lesen.

Unser Angebot – Ihre Vorteile!

Nutzen Sie neben dem Magazin zusätzlich unsere Online-Inhalte:

- über 600 Videos, Workshops & Reportagen
- über 600 hilfreiche Downloads, Tipps & Tools
- sofort nutzbare Online-Vorlagen für erfolgreiches Marketing
- BEAUTY FORUM Web-TV
- kostenlose Teilnahme an Live-Online-Seminaren

Registrierte Nicht-Abonnenten testen 3 Monate lang unverbindlich & kostenfrei.

Registrierte Abonnenten haben während der ganzen Abo-Dauer vollen Zugriff auf die Online-Inhalte.

[www.beauty-forum.ch/myBEAUTYFORUM](http://www.beauty-forum.ch/myBEAUTYFORUM)

[www.beauty-forum.ch](http://www.beauty-forum.ch)

Health and Beauty Marketing Swiss GmbH  
Zingentorstrasse 1a, CH-6006 Luzern  
Tel. +41 (0)41 417 07 79  
@ info@health-and-beauty.ch

**BEAUTY FORUM**  
HAUTNAH ERLEBEN!