

BEAUTY FORUM

CHF 9.-
www.beauty-forum.ch



EDITION SWISS | 12/2016

FEIER LAUNE

Pflege für festliche Anlässe
ab Seite 10

SCHNEE WEISS

Haut kosmetisch aufhellen
ab Seite 26

Dossier:

Purer Luxus

Aussergewöhnliche Treatments
ab Seite 36

MARIA GALLAND PARIS

Ligne MILLE

1070

TEINT MILLE LUMIÈRE



000
NATUREL
CLAIR



100
BEIGE
ROSÉ



200
BRUN
MIEL



300
BRONZE

Beweisen Sie mit der edlen Creme-Foundation Ihre Pflege-Kompetenz im Make-up Bereich.
Verwöhnen Sie Ihre Kunden mit einer Anti-Ageing-Foundation für den täglichen Luxusanspruch.
1070 TEINT MILLE LUMIÈRE ist die ideale Ergänzung zur MILLE-Pflege.

Erfahren Sie mehr und fordern Sie jetzt eine Informationsmappe an unter info@maria-galland.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.

Wir helfen Ihnen gerne!



34
VORBILDLICH
 Mitarbeiter im Day Spa



36
LUXUS PUR
 Mehr bieten

Inhalt

DEZEMBER 2016

COMMUNITY

- 6 News
- 7 SFK
- 8 Interaktiv
- 9 Meine Stammkundin
Zeit für dich

BEAUTY & CARE

- 10 Für den grossen Auftritt
Pflegetechniken
- 16 Gut zu wissen!
Unreine Haut erkennen und vermeiden
- 25 Serie: Sagen Sie mal ...
Wie lange hält Permanent Make-up?
- 26 Kosmetisch aufhellen
Spezialextrakte gegen Flecken
- 28 Serie: Basiswissen
Wimpern färben
- 30 Drückende Probleme
Hühneraugen

- 34 Wellnessknigge
Mitarbeiter-Etikette

DOSSIER

- 36 Dossier: Purer Luxus
- 38 Luxus für die Haut
Besonderes Treatment
- 42 Million \$ Looks
Make-up mit Glitzerelementen
- 44 Edle Wirkung
Luxuswirkstoffe

STYLE & FASHION

- 46 Dauerbrenner Denim
Make-up meets Jeans-Look
- 50 News

LIFE & WORK

- 51 Vorankommen
Round Tables by Dobi
- 52 Perfekt vorbereitet
Selbstständigkeit verwirklichen

MESSE

- 54 Schönheit erleben in Zürich
BEAUTY FORUM SWISS
- 56 Talent gefragt
Meisterschaften
- 58 Fingerfertigkeit
BEAUTY FORUM SWISS
- 60 Weiterbildung für Profis
IFC

IN JEDER AUSGABE

- 3 Editorial
- 65 Markt
- 66 Ausbildung
- 69 Profi-Shop
- 70 Horoskop, Impressum,
Werbepartner, Vorschau
- 72 Ganz persönlich

.....
 Model: Valerie Wetmore
 (iconicmanagement.com)
 Photo: Seb Winter (sebwinter.com)
 Art Direction: Esther Schwarz
 (schwesterschwarz.de)
 Make-up: Beni Durrer (benidurrer.com)
 Hair: Gerrit Henning (braunderfriseur.de)

ESSENTIAL WHITE

NEU bei Yon-Ka

Programm Pigmentflecken Corrector - Leuchtkraft

Eine Pflegelinie die Technologie
und Innovation vereint

Erfahren Sie mehr über unsere neuen
Essential White Behandlung
auf www.yonka.ch

Innovation :
Chronostabiles
Vitamin C

C-White
Komplex,
exklusiv
Yon-Ka



YON
KA[®]
PARIS



Die Quintessenz der phytoaromatischen Pflege

Besuchen Sie Yon-Ka auf www.yonka.com

SERIE: BASISWISSEN

Schöne Augen machen

» TEIL 1 «

WIMPERN FÄRBen – Wie war das noch mit der Hautreinigung?

Und dem korrekten Peeling? Die Antworten auf diese und viele weitere Fragen finden Sie in unserer neuen Serie „Basiswissen“. Ideal für Kosmetikschüler und alle, die ihr Wissen auffrischen möchten.

Wimpern färben step by step

- 1 Reinigen Sie die Augenpartie und die Wimpern vor dem Färben mit einem fettfreien Augen-Make-up-Entferner.
- 2 Tragen Sie eine dünne Schicht Hautschutzcreme unter den Augen auf, um Verfärbungen zu vermeiden.
- 3 „Modellieren“ Sie Vliesblättchen, Silikonpads oder angefeuchtete Wat-

tepedas (zum Halbmond geformt) an den unteren Wimpernrand. Die Kundin schaut nach oben!

- 4 Geben Sie 3 cm (Cremestrang aus der Tube) tiefschwarze oder blauschwarze Farbe in ein Dappenglas (Mischgefäß), verrühren diese und mischen einige Tropfen H₂O₂ darunter. Farbe zügig anrühren; die Kundin schliesst bereits die Augen.

5 Tragen Sie mithilfe eines Wimpernpinsels oder eines Rosenholzstäbchens die Farbe vom Ansatz bis zu den Spitzen gleichmässig auf. Ist Ihre Kundin beim Färben unruhig, tragen Sie die Farbe im Sitzen auf.

6 Bei „flatternden“ und nervösen Augenlidern können die Augen mit einem feuchten Wattepad wieder ruhiggestellt werden.



Zu Step 3: Silikonpads schützen die Augenpartie vor Farbe.



Zu Step 5: Die Farbe wird hier mithilfe eines Rosenholzstäbchens aufgetragen.



Phyris
einzigartig wie Sie

Die professionelle Alternative für Ihr Studio, Ihre Kunden

- ohne Depotware
- kein Lager nötig
- kein Umsatzzwang
- perfekte Betreuung
- kostenlose Produktschulungen

Die Produkte

Phyris Skin Care Concept

Das perfekte 3-Phasen Pflegekonzept
exklusiv von Phyris

- Phase 1 REINIGEN
- Phase 2 AKTIVIEREN MIT SOMI
- Phase 3 PFLEGEN

Der neueste Zusatz zu der erfolgreichen
Linie Hydro Active:

Hyaluron Sensation Sleep - glättet & spendet
intensive Feuchtigkeit über Nacht!



Ayura Skincosmetic AG

Generalvertretung Phyris für die Schweiz
Sekretariat 071 344 46 44*

Infos: www.ayura.ch / home@ayura.ch



So gut Ihr Angebot sein mag, wer die Werbetrommel nicht rührt,
verschenkt sein Potential. Unser Download zeigt Ihnen beispielhaft,
wie man eine Augenbehandlung effektiv bewerben kann.
www.beauty-forum.ch/downloads (Suchwort: Augenbehandlung)

7 Nach 10 Min. Unterlage abnehmen und die Farbe mit einem feuchten Wattepad zum inneren Augenwinkel hin abwischen. Das Ausspülen der Farbe zum äusseren Augenwinkel mit viel Wasser ist eine 2. Variante.

8 Tupfen Sie die Augenpartie der Kundin gut trocken und verwöhnen Sie die zarte Haut rund um die Augen mit einer pflegenden Augencreme.



INKEN CASTIES-HOPP

Nach der Ausbildung zur staatlich geprüften Kosmetikerin war sie viele Jahre angestellt und auch im eigenen Institut tätig. Seit 15 Jahren arbeitet sie als Lehrerin an der Berufsfachschule für Kosmetik in Bad Harzburg.



Zu Step 7: Abnehmen der Farbe mit einem angefeuchteten Wattepad.

AYURA

THE BEAUTY ACADEMY

Aus- und Weiterbildungen

- Kosmetikerin mit Diplom ASBA
- kosmetische Fusspflege / Pedicure
- diverse Make up (Braut Make up etc.)
- Sugaring Haarentfernung
- Hot-Stone & Spa Harmony Massage
- Lymphdrainage
- Kosmetikverkäuferin



St.Gallen • Zürich • Luzern • Chur

Ayura Skincosmetic AG

Sekretariat 071 344 46 44*

www.ayura.ch / home@ayura.ch

WellnessKNIGGE

MITARBEITERETIKETTE – Um Gästen den Aufenthalt im Day Spa so angenehm wie möglich zu gestalten, müssen Mitarbeiter gezielt geschult werden. Was es dabei zu beachten gilt, erklärt Spa-Manager Cledyson Da Silva.



Mitarbeiter sollten stets auf ein gepflegtes Ambiente achten. Das trägt zur Entspannung bei.

Kunden, die ein Treatment im Day Spa buchen, erwarten Erholung und Entspannung – kurz: eine Auszeit vom Alltag. Damit der Wunsch der Kunden erfüllt werden kann, muss neben der Qualität des Treatments und des angebo-

tenen Behandlungsspektrums vor allem auch das Verhalten der Spa-Mitarbeiter angemessen sein. Das beste individuell massgeschneiderte Spa-Programm verliert seinen Wert, wenn die Spa-Mitarbeiter durch ihr Verhalten oder z.B. durch unange-

nehme Gerüche die Wohlfühlatmosphäre der Kunden stören. Ein hoch qualifiziertes Team ist entscheidend, um einen exzellenten Service dauerhaft zu gewährleisten. Fachkräfte müssen darum in den folgenden Bereichen gründlich geschult werden.



Wichtige **Benimmregeln** für Gäste:

<p>Benutzer</p> <p>• Ihr Handy aus der Hand zu nehmen und die Klingelzeit zu vermeiden.</p> <p>• Wenn Sie die bereitgestellten Probleme lösen können, freuen sich die Mitarbeiter über ein kleines Trinkgeld.</p>	<p>Don'ts für Spa-Besucher</p> <p>• Versuchen Sie, Termine rechtzeitig abzusagen.</p> <p>• Lassen Sie sich nicht kurz nach dem Essen, also mit vollem Bauch, massieren.</p> <p>• Vergessen Sie Ihr Handtuch beim Saunengang nicht!</p> <p>• Bitte bringen Sie keine Tiere mit.</p> <p>• Bringen Sie kein Essen und keine Getränke mit. Tee und Wasser gibt es inklusive.</p>
--	---

Wohlfühlcase Spa | Relaxstraße 10 | 98765 Entspannungsoase | Telefon 0734 28524691 | www.wohlfuehlcase-spa.de



Alle Dos and Don'ts haben wir für Sie auf einem Merkblatt zusammengefasst. Unter www.beauty-forum.ch/downloads können sie es sich runterladen. (Stichwort „Wellnessknigge“)



ÄUSSERES ERSCHEINUNGSBILD

Der erste Eindruck zählt, darum sollte ein gepflegtes Aussehen bei allen Mitarbeitern oberste Priorität haben. Was den Kunden zuerst auffällt, ist die **Arbeitskleidung**. **Diese muss zu jeder Zeit tadellos sauber und gebügelt sein.** Für Notfälle empfiehlt es sich, Ersatzkleidung griffbereit zu haben. Um ein einheitliches Erscheinungsbild zu gewährleisten, ist zudem auf nicht sichtbare Unterwäsche zu achten. Lange Haare sollten immer zusammengebunden getragen werden. Bei dekorativer Kosmetik wie Make-up und Nagellack sind grundsätzlich zurückhaltende Farben zu bevorzugen.



UMGANG MIT DEN KUNDEN

Während der Behandlung muss die Privatsphäre respektiert werden. Der Spa-Mitarbeiter muss sich in die Kunden einfühlen: Möchten sie während der Behandlung sprechen oder lieber schweigen? Keinesfalls darf es zu einem aufdringlichen Gespräch oder gar zu Produktverkäufen kommen, wenn der Kunde dies nicht wünscht. Umgekehrt gilt: Wenn Kunden während einer Behandlung ununterbrochen reden oder Fragen stellen, muss der Spa-Mitarbeiter zu jeder Zeit freundlich antworten. **Der Kunde ist König und bestimmt die Situation.**



PERSÖNLICHES AUFTRETEN

Wer sich für den Beruf des Spa-Mitarbeiters entscheidet, sollte höflich, respektvoll und diskret sein. Angefangen vom Grüßen jedes Kunden, wenn möglich mit Namen, beinhaltet das auch eine gute Wortwahl und klar verständliche Aussagen. **Ausserdem sollte der Mitarbeiter über sämtliche Dienstleistungen des Spas Bescheid wissen.** Grundlegende Basics wie Pünktlichkeit oder das Lautlosstellen des Mobiltelefons, welches lediglich in den Pausen und somit niemals vor den Patienten in Gebrauch sein darf, gehören zu den Grundvoraussetzungen im Beruf.



KÖRPERHYGIENE & GERÜCHE

Es sollte selbstverständlich sein, dass man frisch geduscht seinen Dienst antritt. Parfüm ist prinzipiell erlaubt – solange es nur in Massen aufgesprüht wird. Auf schwere Düfte, wie zum Beispiel orientalische Parfüms, muss komplett verzichtet werden. Eine bessere Wahl sind leichte Eaux de Toilette. **Nikotingeruch ist in jeglicher Form inakzeptabel.** Vor allem stark riechende Hände werden in Gesichtsnähe von Kunden als äusserst unangenehm empfunden. Ebenso sollte der Genuss von Knoblauch und Zwiebeln vor und während des Dienstes vermieden werden.



BRENZLIGE SITUATIONEN

Obwohl man immer bemüht sein sollte, jeden Aufenthalt so angenehm wie möglich zu gestalten, müssen auch die Kunden darauf aufmerksam gemacht werden, was erlaubt ist und was nicht. Kommt es im Spa-Bereich zum Beispiel zum Austausch von Zärtlichkeiten, ist das nicht nur für andere Gäste, sondern auch für das Personal äusserst unangenehm. Dann ist Fingerspitzengefühl gefragt: Die Aufgabe eines professionellen Spa-Mitarbeiters ist es, die Gäste **freundlich, aber entschieden darauf hinzuweisen**, dass dieses Verhalten unerwünscht ist.



CLEDYSON DA SILVA

Der gebürtige Brasilianer ist ausgebildeter Physiotherapeut und war jahrelang selbst als Masseur tätig. Inzwischen führt der Spa Sales Manager das exklusive Aiyasha Medical Spa im Herzen von München. www.aiyasha-spa.de



Aufwendig gestaltete Räume und topgeschulte Mitarbeiter – das Aiyasha Medical Spa überzeugt mit seinem Gesamtkonzept.



DOSSIER

Gold WERT!

➤ **PURER LUXUS** ◀

BESONDERE KOSMETIK – Manchmal möchte die Kundin einfach etwas Aussergewöhnliches. Lesen Sie, was ein Treatment zu einem Luxustreatment macht. Auch luxuriöse Anwendungen dürfen in diesem Dossier natürlich nicht fehlen! Lassen Sie sich auf den folgenden Seiten inspirieren!

INHALT

Luxus für die Haut
Besonderes Treatment

Million Dollar Looks
Make-up mit Glitzerelementen

Edle Wirkung
Luxuswirkstoffe

EDLE WIRKUNG

LUXUSWIRKSTOFFE – An Wirkstoffe und Rezepturen der Produkte, die in Kosmetikbehandlungen zum Einsatz kommen, stellen Kunden besondere Ansprüche. Hier ist Luxus gefragt. Aber was genau macht ein Luxusprodukt eigentlich aus?



Der Luxuswirkstoff Retinol wird oft in Anti-Aging-Behandlungen eingesetzt.

Die Forschung entwickelt Produkte für Beauty-Profis und Konsumenten gleichermaßen. Die Kosmetikerin erwartet sich von den Produkten Know-how und Alleinstellungsmerkmale gegenüber dem Handel. Der Endverbraucher erwartet zusätzlich ein Produkt, das ihm ein besonderes Gefühl gibt. Wirkstoffe, die beides erreichen, sind Luxuswirkstoffe. Sie haben eine einzigartige Wirkung. Manche Luxusaspekte verbergen sich aber im Detail. Wer über Luxuswirkstoffe spricht, denkt zunächst an Gold oder Perlen. Tatsächlich geben die-

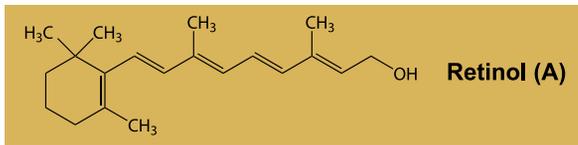
se Inhaltsstoffe einem Kosmetikprodukt eine spezielle Note: Goldpartikel können schimmern und Fältchen ausblenden und Perlenproteine können eine Anti-Aging-Wirkung haben. Es ist aber nicht immer der offensichtlich luxuriöse Wirkstoff, der ein Produkt besonders macht.

Herkunft ist Luxus

Entscheidend für den Wert eines Wirkstoffes ist seine Herkunft. Gerade bei natürlichen Wirkstoffen macht biologischer Anbau oder Fair Trade ei-

nen Unterschied. Die Herkunft kann auch Einfluss auf die Wirksamkeit eines einzelnen Inhaltsstoffes haben. Ein Beispiel hierfür ist Bienenwachs, das sich in seiner Konzentration und Wirkung stark unterscheiden kann. Auch herausragende Herkunftsorte stehen für Luxus. Der Ozean zum Beispiel gilt für die Schönheitsforschung als Quell besonderer Wirkstoffe. In der extremen Kälte und Abgeschiedenheit in den Tiefen des Südpolarmeereres z.B. lebt allen widrigen Umständen zum Trotz ein besonderer Mikroorganismus. Mehr als 15 Jahre Forschung waren nötig, um da-

BEISPIEL FÜR EINEN LUXUSWIRKSTOFF: RETINOL



Chemische Darstellung von Retinol.

- Retinol unterstützt die Bildung der Korneozyten (Hornzellen der obersten Hautschicht). Das Ergebnis ist eine sichtbar glattere Haut.
- Retinol ist eine sehr wirksame Form von Vitamin A. Zu Vitamin A zählt eine Vielzahl von fettlöslichen Substanzen, die

im Körper ähnlich wirken und unter der Gruppe der Retinoide zusammengefasst werden. Die bekannteste Form ist Retinol. Daher wird es oft mit Vitamin A gleichgesetzt.

- Häufig zu finden ist Retinol in Anti-Aging-Produkten. Dabei kommen in kosmetischen Mitteln meist die stabileren Formen des Vitamins A zum Einsatz. Diese Substanzen werden in der Haut zu Vitamin-A-Säure umgewandelt.
- Da Vitamin A in höheren Dosen zu Hautirritationen führen kann, sollte es nicht in Verbindung mit Fruchtsäuren oder penetrationsfördernden Behandlungen (Gerätekosmetik etc.) eingesetzt werden.

raus eines der erlesensten Anti-Aging-Proteine zu fermentieren. Es aktiviert die Fibroblasten und steigert ihre Anzahl. Zusätzlich kurbelt es die Hauterneuerung an und sorgt so für ein verfeinertes Hautrelief und einen besonders strahlenden Teint.

Ein anderes Beispiel für einen Luxuswirkstoff aus der Tiefsee basiert auf den Überlebensmechanismen eines besonderen Mikroorganismus, der in der Guaymasbucht im Golf von Kalifornien zu finden ist.



ONLINE-SEMINAR

Mehr zum Thema „Luxus goes green“ erfahren Sie im Online-Seminar von Kosmetikerin Heidi Michel. Naturkosmetik steht heute für gehobenen Lifestyle und gleichzeitig für eine umweltfreundliche Lebensweise. Die Referentin zeigt im Webinar verschiedene Luxus-Behandlungen.

www.beauty-forum.ch/videos

In den vulkanischen Spalten 2.000 Meter tief im Pazifik erhitzt die Erdwärme das Wasser auf bis zu 72 °C. Doch am Fuss von Minivulkanen leben wahre Überlebenskünstler, die sich mit mikrobiologischer Finesse an die feindliche Umgebung anpassen. Ihre Zellen werden von einer antioxidativen Kraft beschützt. Der Wirkstoff optimiert auch die antioxidativen Prozesse der Haut tiefgreifend und fördert sämtliche zellregenerativen Funktionen. In einem aufwendigen Prozess hat die Forschung diese Mikroorganismen ans Tageslicht gebracht.

Um die Ozeane zu schützen, werden die Wirkstoffe in einer wissenschaftlich kontrollierten Meerwasserumgebung nach neuesten beautytechnologischen Erkenntnissen optimiert.

Luxus ist, wenn es wirkt

Besondere Wirkungsweisen sind der eigentliche Luxus. Retinol ist ein Beispiel für solch einen Wirkstoff. Retinol galt lange als der ultimative Anti-Aging-Wirkstoff. Allerdings galt er auch – wie es sich für einen Luxuswirkstoff gehört – als Diva. Retinol war schwierig zu verarbeiten, lichtemp-

findlich, nicht stabil. Bei empfindlicher Haut konnte es sogar Reaktionen hervorrufen. Es ist jetzt eine Weiterentwicklung dieses Wirkstoffes gelungen. Dieser kann viel besser verarbeitet werden, ist auch für empfindliche Haut geeignet und kann 16-fach höher dosiert werden als Retinol.

Forschung

Der technologische Fortschritt und das verbesserte Wissen über die Bedürfnisse der Haut lassen ausserdem luxuriöse Wirkstoffe entstehen. In einer Kooperation mit der Exzellenzuniversität in Aachen ist es beispielsweise gelungen, Stammzellen aus seltenen alten Früchten für die Kosmetik nutzbar zu machen. Diese Stammzellen nehmen die Stammzellen in der Haut in Schutz. □



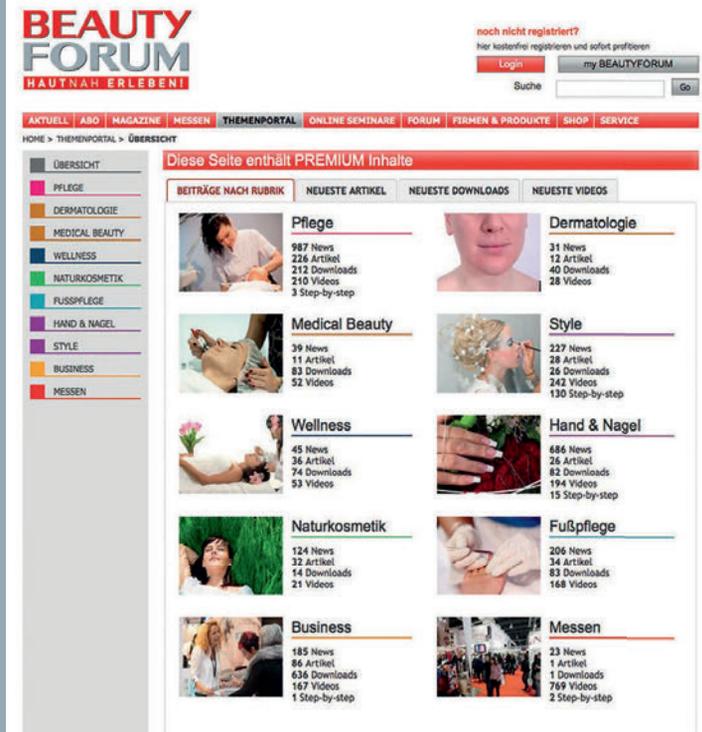
ANDREA WEBER

Die diplomierte Biologin leitet das Forschungs- und Innovationszentrum von Babor. Am London Fashion Institut erwarb sie das Diploma of Cosmetic Science. Sie ist Mitglied verschiedener Arbeitsgruppen beim DGK und IKW.

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

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!