

# BEAUTY FORUM

## GEHT KLAR

Hautreinigung für den Profi  
ab Seite 18

## ENDLICH ERFOLG

Richtige Kommunikation mit Kunden  
ab Seite 52

Dossier:

## *Viva la Diva*

Anspruchsvolle Kunden im Institut  
ab Seite 28

MIT  
BEAUTY FORUM  
Guide  
2020

# INFUZION<sup>®</sup> SYSTEM

Hyaluron für einen strahlenden Teint  
... die nadelfreie Anti-Aging Revolution!

*Für Gesicht, Hals,  
Dekolleté und Hände!*



STIRNFALTEN



AUGENLIEDER



MUND UND LIPPEN



WANGEN LIFTING



VORHER

NACHHER



SKINBOOSTER

+ FILLER

= INFUZION<sup>®</sup>  
SYSTEM

Die Anti-Aging Sensation aus Schweden:  
Ohne Injektion – schmerzfrei – sofort sichtbare  
Ergebnisse. INFUZION<sup>®</sup> verleiht der Haut ein  
jüngeres Aussehen in nur 20 Minuten und  
spendet tiefenwirksam Feuchtigkeit.

Wir suchen: 10 Referenzstudios in der Schweiz!  
Wir bieten: Preise zu Sonderkonditionen,  
Werbeunterstützung und Gebietschutz!



**VANQUISH ME™**

Auflösung der Fettdepots  
mit Radiowellen



**EXILIS™**

Perfektes Teamwork –  
Radiofrequenz und Ultraschall



**BODY SCULPTOR**

Ein PLUS in jeder  
Figurbehandlung

Alle Infos unter:  
PARKER WELLGROUP GMBH  
Bösch 104  
CH-6331 Hünenberg  
Telefon: +41 (0) 4451 - 215 30  
info@parker-wellgroup.com  
www.parker-wellgroup.com

**PARKER  
WELLGROUP**

PROFESSIONELLE BEAUTY SYSTEME



# Liebe BEAUTY-PROFIS,

vor Kurzem habe ich eine neue Kosmetikerin getestet, doch leider war der Termin sehr unentspannt. Ihre Empfangsdame war krank und so musste sie andauernd die Behandlung unterbrechen, um ans Telefon zu gehen. Das war zwar eine Ausnahme, aber heutzutage ist es sehr wichtig, dass die Kundin das Gefühl hat, im Mittelpunkt zu stehen. In unserem **Dossier „Queen of the day“ ab Seite 28** verraten wir Ihnen, welche Top-Behandlungen und welchen Top-Service anspruchsvolle Kunden von einem First-Class-Institut erwarten.

Viel Spass beim Lesen, Ihre

*Nadine Franke*

## GEWINN- SPIEL



Machen Sie mit beim Gewinnspiel auf Seite 74. Unter den richtigen Einsendungen verlosen wir als Hauptgewinn ein gut gefülltes „Bestseller Display“ von Glo Skin Beauty im Wert von CHF 265.00.

26. BEAUTY FORUM SWISS | 29. Februar + 01. März 2020

# SAVE THE DATE

Der Vorverkauf läuft – gleich vergünstigte Tickets bestellen!  
[www.beauty-fairs.ch](http://www.beauty-fairs.ch)



**VEGAN VS. BIO**  
Trendthema „Vegan“



**Dossier**  
**FIRST CLASS BEAUTY**  
Anspruchsvolle Kundinnen im Institut

# Inhalt

NOVEMBER 2019

## COMMUNITY

- 6: News Peoples
- 8: Ja, like mich doch!
- 9: Online-Seminare

## BEAUTY & CARE

- 10: **Vegan vs. bio**  
Vegane Produkte
- 15: News Pflege
- 16: **Das geht unter die Haut**  
Aufnahmefähigkeit der Haut
- ▶ 18: **Na, alles klar?**  
Reinigung als Hautpflege-Basis
- 20: **So geht Profi-Needling**  
Kosmetisches Microneedling
- 24: **Ratgeber für Rosacea und Co.**  
Erweiterte Äderchen, Irritationen und Rötungen
- 27: News Medical

## ▶ DOSSIER

- 28: **Queen of the day**  
Intro
- 30: **Wählerisch? Kein Problem!**  
Die drei häufigsten Behandlungswünsche
- 34: **Test der „Luxustempel“**  
Spa-Behandlungen der Extraklasse
- 44: **Mehr als nur ein Trend**  
Kundenbedürfnisse verstehen

## LIFE & WORK

- 48: **Top Institut**  
Facezination, Luzern
- ▶ 52: **Ohne Kommunikation ist alles nichts!**  
Erfolgreich kommunizieren
- 54: **Nachhaltig in die Zukunft**  
Jubiläum Lydia Daïnow
- 55: **Schöner Erfolg**  
Jubiläum Musculus Cosmetics

## STYLE & FASHION

- 56: **3 Fragen zu ...**  
Mineral-Make-up

## MESSE

- 62: **Zürich 2020 – back to beauty!**  
26. BEAUTY FORUM SWISS
- 64: **Erfolgreich in Montreux!**  
BEAUTY BUSINESS DAY

## IN JEDER AUSGABE

- 3: Editorial
- 66: Ganz persönlich
- 68: Ausbildungen
- 72: Horoskop
- 73: Impressum, Werbepartner, Vorschau
- 74: Gewinnspiel

**Titelbild:**  
Alessandro International „Wild Africa“  
[www.alessandro.ch](http://www.alessandro.ch)



Das neue Projekt von Farfalla unterstützt die Ausbildung von Hebammen in benachteiligten Ländern.

## HILFE FÜR *Hebammen*

**Farfalla** | Um Kinder in benachteiligten Ländern einen besseren Start ins Leben zu eröffnen, hat Malvin Richard, CEO des Schweizer Naturkosmetik-Herstellers Farfalla, gemeinsam mit seiner Frau Murle Richard die Farfalla-Hebammenhilfe gegründet. Mit jedem verkauften Produkt des Herstellers soll die mehrjährige Ausbildung von Hebammen in Ländern wie beispielsweise Äthiopien finanziert werden. „Gesunde Geburten sollten für alle zugänglich und nicht das Privileg einer Wohlstandsgesellschaft sein“, so Malvin Richard zum neuen Projekt.

[www.farfalla.ch](http://www.farfalla.ch)



Das Unternehmen Alessandro International bietet nun auch eine grosse Bandbreite an Online-Trainingsprogrammen an.

## *Zu Hause* LERNEN

**Alessandro International** | Das Unternehmen bietet ab sofort die Möglichkeit, mit einer grossen Bandbreite an Online-Trainingsprogrammen auch von zu Hause vom Alessandro-Expertenwissen zu profitieren. Dazu benötigen Sie einen Computer mit Internetzugang und Lautsprecher. Das Angebot richtet sich sowohl an Anfänger als auch an Profis. Das umfangreiche Trainingsprogramm reicht von „Naturnagelversärfkung“ über „Camouflage-Technik & Babyboomer“ bis hin zu „Unternehmensführung/BWL im Nagelstudio“.

[www.alessandro.ch](http://www.alessandro.ch)



Begeisterte Naildesignerinnen beim Workshop von swissnaildesign.

## PRAXISNAHE WEITERBILDUNG

**Swissnaildesign** | Am 14. September fand die jährliche Fachtagung zum Thema „Kommunikation – wer ist mein Gegenüber?“ statt. Eine Gruppe interessierter Naildesignerinnen arbeitete sich mit viel Spass bei der Sache in das Thema ein und setzte das Gelernte gleich vor Ort – optimal für den Erfolg im Alltag!

[www.swissnaildesign.ch](http://www.swissnaildesign.ch)

## TOP VERKAUF

**Belico** | Das Unternehmen gratuliert der Gewinnerin des Belico-Wettbewerbs „Best of Beauty“ Claudia Hoffmann herzlich zu ihrer Umsatzsteigerung. Innerhalb eines Jahres



Die Gewinnerin Claudia Hoffmann.

konnte die Kosmetikerin durch den Verkauf von Produkten ihren Umsatz um CHF 13'200 (12.000 Euro) steigern. Das Unternehmen Belico feiert den Erfolg mit Claudia Hoffmann und sponsert CHF 1'650 (1.500 Euro) zur Verschönerung ihres Instituts.

[www.belico.ch](http://www.belico.ch)

## NEUE DISTRIBUTION

**Dr. Rimpler/Isabelle Lancray** | Am 1. Oktober übernahm Mechtild Koch, Koch Kosmetika, den exklusiven Vertrieb der Marken Dr. Rimpler und Isabelle Lancray für die Schweiz. Die Produkte der Marke Dr. Rimpler sind die perfekte Kombination aus natürlichen und medizinischen Wirkstoffen und bieten damit schnelle Erfolgserlebnisse in Sachen Hautpflege. Die Marke Isabelle Lancray, Paris, steht für exklusive Pflege mit französischem Flair. Die Produkte sind rein pflanzlich und ohne tierische Inhaltsstoffe.

[www.koch-kosmetika.ch](http://www.koch-kosmetika.ch)



Mechtild Koch vertreibt exklusiv für die Schweiz die Marken Dr. Rimpler und Isabelle Lancray.

#beautyforumschweiz

# JA, LIKE MICH DOCH!



WWW.INSTAGRAM.COM/BEAUTY\_FORUM\_CH



AUF INSTAGRAM ZEIGEN WIR EUCH NICHT NUR, WAS WIR DEN GANZEN TAG MACHEN, UND WAS UNS INSPIRIERT, SONDERN ...



... AUCH TOLLE HIGHLIGHTS AUS DEM HEFT, VON UNSEREN MESSEN UND EVENTS. WIR FREUEN UNS ÜBER EIN HERZ VON EUCH!



www.beauty-forum.ch

# ONLINE MEHR ERFAHREN!

WWW.BEAUTY-FORUM.CH



SCHAUT VORBEI AUF UNSERER WEBSITE! DORT ERWARTEN EUCH SPANNENDE ZUSATZINFORMATIONEN ZU ARTIKELN, LEHRREICHE ONLINE-SEMINARE UND, UND, UND ...

WWW.BEAUTY-PROFI-SHOP.CH

Jede Ausgabe der BEAUTY FORUM ist auch online erhältlich. Ihr habt die Wahl, ob ihr die BEAUTY FORUM lieber als Printmagazin in der Hand haltet oder sie euch auf dem Tablet oder PC anschaut.

**Ausgabe verpasst?** Euch interessiert ein Thema, das in der BEAUTY FORUM war, habt aber die Ausgabe verpasst oder verlegt? In unserem Online-Archiv könnt ihr auf alle Ausgaben zugreifen.



Illustrationen: vector-Eps, Brilliantist Studio, x9626; Mr. Timoty/Shutterstock.com

# ONLINE-SEMINARE

Besser **wisser**  
werden!

**BILDEN SIE SICH WEITER!** Experten aus der Branche vermitteln in unseren Live-Online-Seminaren fundiertes Wissen.

Ob live am Termin oder im Nachgang anschauen:

**MIT UNS SIND SIE IMMER AUF DEM NEUESTEN STAND!**

Die anstehenden Termine finden Sie hier auf der Seite. Ausserdem warten mehr als 200 aufgezeichnete Seminare auf Sie! Alle unsere Seminare finden Sie unter:

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

## BEAUTY



2. Dezember, 20.15 Uhr

### DER PERFEKTE GLOW – MEHR AUSSTRAHLUNG!

Sie lieben ein natürliches zartes und frisches Make-up? Dann seien Sie dabei, wenn der Make-up-Rocker Patrick Maldinger im Online-Seminar zeigt, wie Sie Ihrer Kundin zu einem strahlenden Teint verhelfen. Bei der Auswahl der Produkte ist jedoch Vorsicht geboten. Worauf Sie hier achten müssen, erfahren Sie in diesem Webinar!

**Referent:** Patrick Maldinger

### Weiteres Online-Seminar:

20. Januar · 20.15 Uhr,  
„Frostschutz“ für die Haut – die besten Pflegetipps!  
Referentin: Susanne Pfau

## MEDICAL



13. Januar, 20.15 Uhr

### PMU: PERFEKT BEI EMPFINDLICHEN ZONEN

Wenn Lippenstift wegen Herpesnarben nicht hält, wenn Augen-Make-up belastet oder das Erscheinungsbild durch eine Krankheit nachhaltig beeinflusst ist, kann Permanent Make-up die natürliche Schönheit Ihrer Kunden unterstützen. Erfahren Sie, wie Sie die Lebensqualität und den Ausdruck an empfindlichen Zonen steigern können.

**Referentin:** Sara Pavo

### Weiteres Online-Seminar:

17. Februar · 20.15 Uhr,  
Der Mann im Kosmetikinstitut  
Referentin: Fabienne Pinger

## BUSINESS



21. Januar, 20.15 Uhr

### KÖRPERSPRACHE IM VERKAUF

Wäre es nicht praktisch, wenn Sie anhand der Körpersprache Ihres Kunden erkennen, ob Interesse an einer bestimmten Behandlung oder einem Heimprodukt besteht? Lernen Sie im Online-Seminar in wenigen Schritten, wie Sie Ihre Kunden für sich gewinnen und Ihre Verkaufsabschlüsse in die Höhe schnellen lassen.

**Referent:** Thomas Dahl

### Weiteres Online-Seminar:

Freuen Sie sich in der nächsten Ausgabe auf weitere spannende Webinare von Experten!

## NAIL



19. November, 20.15 Uhr

### WAXEN, FÄRZEN, STYLEN – UMSATZ DURCH ZUSATZ

Sie wollen den Umsatz in Ihrem Studio ein wenig steigern und Ihren Kunden ein bisschen mehr bieten? Wie wäre es mit einer effizienten Zusatzleistung, zum Beispiel durch Augenbrauen-Waxing. ylin Kizilkaya zeigt Ihnen, wie Sie mit wenigen Handgriffen ein gutes Ergebnis erzielen und Ihren Kunden so eine schöne Zusatzleistung bieten können.

**Referentin:** Aylin Kizilkaya

### Weiteres Online-Seminar:

Freuen Sie sich in der nächsten Ausgabe auf weitere spannende Webinare von Experten!

# NA, ALLES KLAR?

**REINIGUNG ALS HAUTPFLEGE-BASIS** – Die tägliche Hautreinigung sollte nicht länger ein lästiges Muss sein! Sie ist die Basis für die Wirksamkeit aller weiteren Pflegeschritte. Darüber hinaus kann sie sogar zu einem Ritual der Achtsamkeit werden.



Besprechen Sie den Ablauf der Behandlung sowie den vom Kunden ausgefüllten Anamnese-/Kundenbogen.

Die Hautreinigung hat beispielsweise in der asiatischen Tradition eine wichtige Bedeutung. Asiatinnen zelebrieren diesen Vorgang regelrecht und betrachten ihn als eine meditative Auszeit vom Alltag. **In der westlichen Kultur nehmen sich die meisten Frauen nur bis zu 20 Sekunden für ihre tägliche Gesichtsreinigung, Männer sogar noch weniger.** In dieser Zeit gehen die meisten nicht besonders sanft mit ihrer Haut um, sondern wollen die Reinigung nur möglichst schnell hinter sich bringen.

## Was liegt auf der Haut?

Neben dem Sebum, einer Mischung aus Fetten und Wachsen, produziert

die Haut auch Schweiß mit den darin gelösten Salzen und Abfallprodukten des Körpers wie Harnsäure und Ammoniak. Eingebettet in die **Sebum-Schweiss-Mischung** sind **abgestorbene Hautzellen, Proteinabbauprodukte** und **Umweltverschmutzungen** wie Feinstaub, die sich zusätzlich auf der Haut ablagern. Und dann kommen noch on top Make-up-Produkte und Lichtschutz. Wenn man sich diese Fakten klarmacht, wird die **Notwendigkeit einer Hautreinigung** immer offensichtlicher. Auch für die Kundinnen, die keine dekorative Kosmetik verwenden.

Soweit die Fakten zur täglichen Hautreinigung. Leider ist dieser Pflegeschritt für viele Verbraucher eher uninteressant, deshalb wird auch nicht viel Wert auf die Auswahl eines ge-

eigneten Produktes gelegt. Während Menschen mit empfindlicher und anspruchsvoller Haut quasi gezwungen sind, das richtige Produkt zu verwenden, nehmen diejenigen mit normaler, unempfindlicher Haut **häufig irgendetwas**, das gerade zur Hand ist. Von Testmustern aus Zeitschriften bis zur Handseife ist fast alles Unmögliche schon möglich gemacht worden.

## Reinigung als lästiges Übel?

Diese Einstellung findet man sogar bei einigen Verbrauchern, die Wert auf regelmäßige Besuche bei professionellen Hautpflege-Experten legen. Wie passt das zusammen?

Möglicherweise hat es auch etwas damit zu tun, wie der Reinigungs-



Optionen für die Reinigung gibt es wirklich viele: Ob Sie manuell arbeiten oder Geräte verwenden – Auswahl gibt es genug.

schritt im Institut präsentiert wird. Kunden mit unreiner Haut achten im Allgemeinen sehr darauf, dass sich ihre Haut nach der Behandlung gut gereinigt anfühlt. Alle anderen betrachten den Reinigungsschritt häufig als lästige Notwendigkeit und nicht so sehr als unverzichtbaren Basispflege-Schritt. Daran lässt sich was ändern, wenn man die Kommunikation mit dem Kunden anders steuert.

**Besprechen Sie den Ablauf der Behandlung sowie den vom Kunden ausgefüllten Anamnese-/Kundenbogen,** noch bevor es auf die Liege geht. So wissen Sie bereits vor der Reinigung, welche Hautbedürfnisse der Kunde hat und können die Durchführung dieses Behandlungsschritts optimal anpassen. Das sollten Sie auch entsprechend kommunizieren und dadurch dem Reinigungsschritt eine stärkere Gewichtung verleihen.

## In der Kabine

**Optionen für die Reinigung gibt es wirklich viele:** Ob Sie manuell arbeiten und nur Ihre Hände einsetzen, ob Sie Accessoires wie Schwämmchen, Bürsten oder sogar Geräte verwenden – Auswahl gibt es genug! Ausschlaggebend sind der Hautzustand Ihres Kunden und seine Vorlieben. Als Profi sind Sie sicher gut darüber informiert, was bei welchem Hauttyp funktioniert und was eher ungeeignet ist. **Unter-schätzen Sie nicht die Bedeutung der Reinigung für die Bewertung der gesamten Behandlung,** denn sie ist der

erste Kontakt zwischen Ihren Händen und der Haut des Kunden. Beginnt eine Gesichtsbehandlung mit einer als unangenehm empfundenen Reinigung, so gerät leicht der Wohlfühlfaktor insgesamt in die Schieflage.

Nutzen Sie die Zeit während der Reinigung zum Gespräch über die Pflegegewohnheiten Ihres Kunden. Betonen Sie, warum Sie sich für welche Reinigungsprodukte entschieden haben und dass Sie diesen Behandlungsschritt für Ihren Kunden personalisieren. Dadurch wird auch ein Bewusstsein dafür geschaffen, wie wichtig die Reinigung für alle weiteren Schritte ist. Geben Sie Ihren Kunden bereits jetzt das Gefühl, dass diese Behandlung komplett **individuell** auf ihn **abgestimmt** wird und dass Individualität bereits bei der Reinigung beginnt.

## Kommunikation

Nach dem Reinigungsschritt bietet Ihnen die Hautanalyse noch mal die Gelegenheit, das Thema Reinigung und nachfolgende Pflege mit dem Kunden zu besprechen. **Die Reinigungsgewohnheiten des Kunden und die Produkte, die er zu Hause verwendet, können eine deutliche Auswirkung auf das Hautbild haben.** Das gilt nicht nur für so offensichtliche Dinge wie Unreinheiten am Haaransatz oder verstopfte Poren in der T-Zone, sondern auch für Rötungen und Empfindlichkeiten. Vielleicht verwendet der Kunde einen Reiniger, dessen Zusammensetzung gar nicht



## MEHR ERFAHREN – ONLINE GEHEN!

Exklusiv für Abonnenten von BEAUTY FORUM:

Mehr Informationen von Bettina Zammert

zum Thema Hautreinigung finden Sie auf unserer

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

Geben Sie einfach den Webcode 150402 ein.

für ihn geeignet ist. Oder das richtige Reinigungsprodukt wird falsch angewendet. Möglich ist auch, dass Accessoires wie elektrische Bürsten, Tücher oder Ähnliches zum Einsatz kommen, die nicht zum Hautzustand passen oder nicht ausreichend gesäubert bzw. falsch aufbewahrt werden. Sie sehen also, das Thema Reinigung bietet einige Ansätze für ein intensives Kundengespräch.

Und wenn Sie während der anschließenden Beratung auch das passende Reinigungsprodukt und seine Wichtigkeit für die nachfolgenden Pflegeprodukte erklären, dann darf sich die Haut Ihres Kunden auch zu Hause auf eine tolle Rundum-Versorgung freuen. Und Ihr Kunde über sichtbare Resultate. □



### BETTINA ZAMMERT

Die Autorin betreut den Bereich Communication & PR bei Dermatologica. Die staatlich geprüfte Kosmetikerin und Ing.-Ass. Biotechnik/Körperpflege absolvierte ein Studium der Biologie und Chemie und war danach im Bereich Marketing/PR tätig.



# DOSSIER

# Queen OF THE DAY

## ➤ ANSPRUCHSVOLLE KUNDINNEN IM INSTITUT ◀

Wie können Sie anspruchsvolle Kundinnen mit Ihrem Angebot begeistern? Lesen Sie auf den nächsten Seiten unter anderem, wie sich herkömmliche von Top-Behandlungen unterscheiden, wie Sie besondere Kundenerwartungen erfüllen können und welcher Service Sie zum First-Class-Institut macht.

Machen Sie Ihre Kundin damit zur „Königin des Tages“!



### BEREITS ERSCHIENEN:

- 1/2019 Cosmetic Classics
- 2+3/2019 Hightech-Kosmetik
- 4/2019 Anti-Aging
- 5/2019 Urlaubsplanung für die Haut
- 6/2019 Körperanwendungen
- 7+8/2019 Cosmetic Basics
- 9/2019 Umgang mit kranken Kunden
- 10/2019 Problemhaut



### NÄCHSTE AUSGABEN:

- 12/2019 Reife Haut
- 1/2020 Der perfekte Glow
- 2+3/2020 Marketing & Verkauf
- 4/2020 All in Shape
- 5/2020 Coolness Faktor
- 6/2020 Better Aging
- 7+8/2020 Haarige Angelegenheit
- 9/2020 Ernährung und Haut



Unternehmerin Lisa Braga Zalokar (links) ist stolz: Ihr Institut „Facezination“ feiert in diesem Jahr 20-jähriges Jubiläum. Sie und ihre Mitarbeiterin Esther Lustenberger (rechts) sind ein eingespieltes Team.

# Wie Yin & Yang

➤ **TOPINSTITUT: FACEZINATION** ⚡

Kosmetikerin und Unternehmerin Lisa Braga Zalokar feiert ihr 20-jähriges Institutsjubiläum. Gemeinsam mit ihrer Mitarbeiterin und Freundin Esther Lustenberger bietet sie ihren Kunden ganzheitliche Behandlungskonzepte, fachliche Expertise und innovative Marketingstrategien. Das stimmige Konzept schätzen ihre Kunden.



Produktverkauf ist Lisa Braga Zalokar wichtig, aber sie drängt ihren Kunden nichts auf.



Sie ist auch ausgebildet für therapeutische Massagen, die in dieser Kabine durchgeführt werden.

**N**eues wagen, sich weiterbilden und kreativ tätig sein, das spielt seit jeher für die Kosmetikerin Lisa Braga Zalokar eine grosse Rolle. Die gelernte Hotel- und Tourismuskaufrfrau liess ihren sicheren Job hinter sich und machte sich auf nach Wien, um eine Ausbildung zur professionellen Maskenbildnerin zu absolvieren. Zurück in der Schweiz, kam noch eine Ausbildung zur diplomierten Kosmetikerin hinzu. Im Herbst 2019 steht für Lisa Braga Zalokar ein Jubiläum an: 20 Jahre ist sie nun selbstständi-

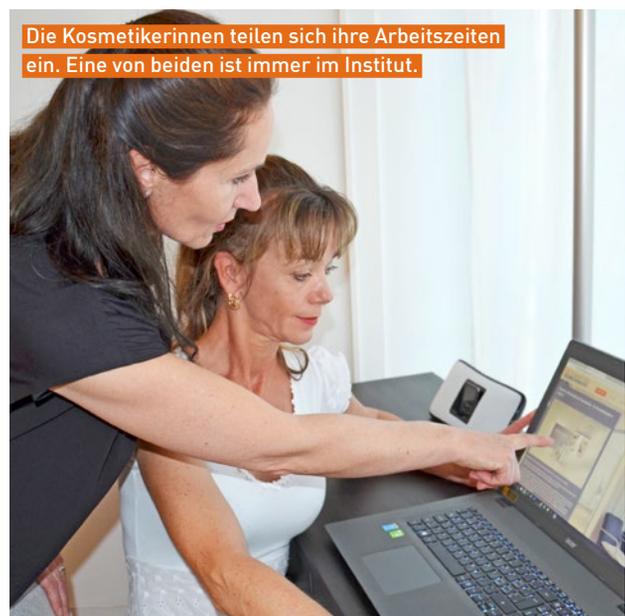
ge Unternehmerin des Kosmetikinstituts „Facezination“. Der Name ist ein Wortspiel, das ihre Faszination für den Beruf widerspiegelt. Der Schwerpunkt des Instituts lag von Anfang an im Medical-Beauty-Bereich. Die Tendenz ergab sich aus der anfänglichen Kooperation mit einem allgemeinen Chirurgen mit Schwerpunkt auf IPL-Behandlungen. Ihre ersten Räumlichkeiten wurden ihr aber schon schnell zu eng. Darum eröffnete sie bereits zwei Jahre später das zentral gelegene Institut „Facezination“ in der Stadt Luzern.

### Dancing Queens

In dieser Location kam dann auch ziemlich bald Esther Lustenberger dazu. Die quirlige ursprünglich gelernte Primarlehrerin und ehemalige Bereichsleiterin einer Tanzschule und die ruhige, besonnene Lisa Braga Zalokar ergänzen sich hervorragend. Kennengelernt haben sich die beiden in der Tanzschule, bei der Esther Lustenberger Teil der Teamleitung war. Dort verband sie ihre Leidenschaft zum Paartanz und zum irischen Steppentanz. Die Frauen haben sofort harmonisiert. Da der Beruf in der Tanzschule



Das Institut hat eine ganzheitliche Ausrichtung. Der Schwerpunkt der Behandlungen liegt auf Medical Beauty.



Die Kosmetikerinnen teilen sich ihre Arbeitszeiten ein. Eine von beiden ist immer im Institut.

„Ich denke immer: Wow, ist das schön hier. Das Institut ist unser Kraftbrunnen!“



Von apparativen Anwendungen bis hin zu Fussreflexzonenmassagen mit Krankenkassenanerkennung: Im „Facezination“ bleiben keine Kundenwünsche offen.

Maskenbildnerin ist Lisa Braga Zalokars grosse Leidenschaft. Klar, dass sie auch Visagistik im Institut anbietet.

schwer vereinbar mit ihren Kindern war, stand der Entschluss für Esther Lustenberger schnell fest, mit ihrer Freundin im „Facezination“ zusammenzuarbeiten. In Eigenregie haben die beiden Frauen das Institut umgebaut und alles renoviert. Lisa Braga Zalokar erinnert sich: „In den Räumlichkeiten war zwar vorher schon ein Kosmetikinstitut, aber es war nur ein grosser Raum. Wir haben dann Wände eingelassen und alles renoviert. Jetzt haben wir drei voll ausgestattete Kabinen und können gleichzeitig arbeiten.“

Auch die Social-Media-Arbeit teilen sie sich untereinander auf, erzählt die Unternehmerin: „Esther schreibt gute Texte, ich lade die Posts dann hoch.“ Neben ihrem Online-Auftritt erstellen

die beiden auch Newsletter. Sie achten darauf, nicht zu viel zu verschicken: „Unsere Philosophie ist es, die Kunden nur über wirklich spannende und neue Themen zu informieren“, erzählt Esther Lustenberger.

### Kundenakquise

Die Kosmetikerinnen setzen auf die volle Bandbreite der Kosmetik – von Pediküre und Maniküre über apparative Kosmetik und Massagen bis hin zu Visagistik ist alles im Portfolio zu finden. Der Fokus liegt aber klar auf Medical Beauty.

Sie kooperieren mit dem plastischen Chirurgen Dr. med. Alexander Fuchs und Lisa Braga Zalokar hat sich zudem

im Bereich therapeutische Massagen mit Krankenkassenanerkennung ausbilden lassen. Dieses Konzept unterstützt die ganzheitliche Philosophie des Instituts, denn die Chefin setzt auf das Wechselspiel von innerer und äusserer Schönheit. Um diesen Ansatz zu unterstützen, ist seit zwei Jahren auch eine Heilpraktikerin im Institut zur Untermiete. Die Konstellation bietet in Sachen Kundenakquise fruchtbare Synergien für beide Seiten. Das Angebot der Krankenkassenanerkennung tut sein Übriges: „Viele Patienten kommen nach der therapeutischen Massage zu uns für eine Kosmetikbehandlung.“

Kooperationen mit Online-Plattformen sind für die Unternehmerin ebenfalls interessant. Für die Deals

haben sich die beiden Kosmetikerinnen aber auch ein effizientes Konzept ausgedacht: „Entweder wir bieten Behandlungen an, die von vorneherein eine Zweitbehandlung erfordern, oder wir lancieren neue Behandlungen.“

### Vertrauensbasis

Um für frischen Wind zu sorgen, gestalten und dekorieren die beiden handwerklich begabten Frauen in regelmässigen Abständen die Räume und bieten neue Behandlungen an. Stillstand kommt für die aktiven Kosmetikerinnen nicht infrage. Man glaubt Esther Lustenberger sofort, wenn sie beteuert: „Einen Ausgleich zur Arbeit? Brauchen wir nicht. Die Arbeit ist unser Ausgleich!“

Beide Frauen sind Mütter und sie bekräftigen, wie wohltuend und entspannend die Arbeit im Institut ist. „Ich denke, es ist so angenehm ruhig hier! Das Institut ist unsere ‚Kraftquelle‘. Wenn eine von uns zur ande-

ren sagt: ‚Schau, dass du dir eine Auszeit nimmst, du arbeitest zu viel!‘, sagt die andere sofort: ‚Nein, nein, ich will ja arbeiten‘“, lacht Lisa Braga Zalokar. Durch die Selbstständigkeit können sich die Frauen die Arbeitszeiten gut einteilen. Bei den Öffnungszeiten sind sie flexibel und gehen sehr auf Kundenwünsche ein. Für ihre Stammkunden, die sogar aus Genf nach Luzern ins „Facezination“ fahren, kommen die Kosmetikerinnen sogar auch mal sonntags ins Institut.

Lisa Braga Zalokar wird es auf jeden Fall nicht langweilig: „20 Jahre sind eine lange Zeit. Viele Studios in der Umgebung gehen auf und zu. Ich fühle mich im ‚Facezination‘ einfach richtig wohl.“

Und diese Einstellung ist sicher ihr Geheimrezept: Nur wer sich selbst wohlfühlt und seine Arbeit gerne macht, kann Wohlfühlmomente und Vertrauen an seine Kunden zurückgeben. Und bei Lisa Braga Zalokar und Esther Lustenberger bekommen die Kunden definitiv viel zurück. Nadine Frank



Lisa Braga Zalokar und Esther Lustenberger sind ein tolles Team. Die positive Energie der beiden wissen ihre Kunden zu schätzen.

Sie sind auch handwerklich begabt und gestalten das Institut in Eigenregie regelmässig um.



### FAKTEN

**Eröffnet:**  
1999

**Inhaberin:**  
Lisa Braga Zalokar

**Ausbildung:**  
Hotel- und Tourismuskauffrau, dipl. Kosmetikerin, Ausbildung: therapeutische Massagen mit Krankenkassenanerkennung, Maskenbildnerin, Tanzlehrerin

**Räumlichkeiten:**  
80 m<sup>2</sup>: 3 Kabinen

**Mitarbeiter:**  
1 Mitarbeiterin in Teilzeit,  
1 selbstständige Naturheilpraktikerin in Untermiete

**Marken:**  
Belico, Biodroga Medic-skin, Belico, Sans Soucis

**Geräte:**  
Mikrodermabrasion & Ultraschall (Reviderm), Radiofrequenz, Iontophorese & Ultraschall (Dermatronics), Microneedling-Pen (V-Skin), Vapozon (Ionto-Comed), Mesoporation (Belico)

**Kosten:**  
Grundausrüstung:  
CHF 60'000;  
Geräte: ca. 25'000



### KONTAKT

**Facezination**  
Obergrundstrasse 46,  
6003 Luzern,  
Tel. 041 240 48 40  
[www.facezination.ch](http://www.facezination.ch)



**BARIS KILI**  
der 35-Jährige ist professioneller Innenausstatter und hat sich auf die Einrichtung von Day Spas und Kosmetikinstitute spezialisiert.

**ZUR BEAUTY-BRANCHE BIN ICH GEKOMMEN ...**

*... durch meine langjährige Erfahrung im Aussendienst sowie durch handwerkliches Geschick. In den ersten Jahren arbeitete ich als Techniker in der Health & Beauty-Szene.*

**AN MEINEM BERUF FASZINIERT MICH BESONDERS ...**

*... der abwechslungsreiche Alltag mit meinen Kundinnen und Kunden. Das Glück, als professioneller Ausstatter für Kosmetikstudios und Hotel-Spas arbeiten zu dürfen, hat nicht jeder!*

**NEUE ENERGIE TANKE ICH ...**

*... wenn ich Urlaub habe.*

**NUR SCHWER VERZICHTEN KÖNNTE ICH AUF ...**

*... meine Familie!*

**EINE PERSÖNLICHKEIT, DIE ICH GERNE EINMAL TREFFEN WÜRD E ...**

*... es gibt so viele tolle Persönlichkeiten - ich kann mich schlecht auf nur eine Person reduzieren.*

**MEINE FERIEN VERBRINGE ICH AM LIEBSTEN ...**

*... mit meiner Frau und meinen Kindern.*

**MEIN LIEBLINGSGERICHT IST ...**

*... zu 100 Prozent Lasagne!*

**MEIN EINDRÜCKLICHSTES REISEERLEBNIS ...**

*... waren meine Flitterwochen.*

**MEIN GRÖSSTER WUNSCH ...**

*... dass niemand auf der Welt an Hunger oder Durst leiden muss.*