

BEAUTY FORUM

STARK BLEIBEN

In der Krise richtig reagieren
ab Seite 28

KONFLIKTE LÖSEN

Für mehr Harmonie im Team
ab Seite 46

Dossier:

Sexy Skin

Das Instituts-Programm für straffe Haut am ganzen Körper
ab Seite 36

Hochintensive Auflösung
der Fettdepots mit Radiowellen
ohne Hautberührung

VANQUISH ME™



Haut
max. 41° wird
nicht geschädigt

Touch Free
Keine Hautberührung

Fettgewebe
bis 46°
wird zerstört

Muskel
max. 41° wird
nicht geschädigt



4 Anwendungen im Abstand
von 7-10 Tagen versprechen
ein bis zwei Kleidergrößen



VORHER

NACHHER

VORHER

NACHHER



VIVACE®

Die neueste Generation Anti-Aging
und Hautverjüngung.
Mikro-Needling mit Radiofrequenz



EXILIS™

Einziges Gerät mit Radiofrequenz
und Ultraschall gemeinsam für
Faltenreduktion und Fettzerstörung
an nahezu allen Körperbereichen



BODY SCULPTOR

2in1 Lymphdrainage und Fettreduktion
mit Magnetfeldern an Beinen,
Bauch/Hüfte, Armen und Kinn

PARKER WELLGROUP

PROFESSIONELLE BEAUTY SYSTEME

Bösch 104, CH-6331 Hünenberg
Telefon: +41 (0) 4451 - 215 30
info@parker-wellgroup.com
www.parker-wellgroup.com

Alle unsere Geräte sind
europäischer Herkunft.
Keine China Geräte!



WIR BLEIBEN *stark!*

Wir haben erst knappe vier Monate des Jahres 2020 bestritten und schon einiges mitgemacht. In unserer ersten Ausgabe schrieb ich noch, dass die Jahreszahl 2020 ein bisschen verheissungsvoll tönt. Was aber nun auf uns zugekommen ist, damit hat nun wirklich niemand gerechnet. Durch das Virus wird unser Leben enorm beschnitten. Dabei geht es nicht nur um persönliche Befindlichkeiten wie den heiss geliebten Urlaub, sondern es drohen auch grosse Existenzsorgen, und natürlich noch gewichtiger sind die Sorgen um die Gesundheit unserer Liebsten.

Auch wir von BEAUTY FORUM waren sehr enttäuscht, als wir unsere **Messe BEAUTY FORUM SWISS** verschieben mussten, da der Schweizer Bund am 28. Februar Grossveranstaltungen ab 1'000 Personen verboten hatte. Aber Gesundheit geht natürlich vor! Und wir lassen uns davon nicht unterkriegen und denken positiv: Wir schaffen das! Darum freuen wir uns, Ihnen mitzuteilen, dass die Messe nun am 3. und 4. Oktober in Zürich stattfindet.

Und auch Sie, liebe Kosmetikerinnen und Unternehmerinnen, lassen die Köpfe nicht hängen. In unserer **Umfrage „Wir bleiben stark“ ab Seite 28** berichten Ihre Kolleginnen, wie sie auf die Corona-Krise reagieren. Die Aussagen beweisen mal wieder, wie mutig, kreativ und positiv Ihr Berufsstand ist!

Nutzen Sie nun die Zeit und bilden Sie sich weiter: In unserem **Dossier „Sexy Skin“ ab Seite 36** erfahren Sie die neuesten Behandlungsmethoden für eine straffe Haut. Und was macht bessere Laune als ein tolles Make-up und trendige dekorative Kosmetik? Die neuesten Produkte der Frühjahrs-/Sommersaison finden Sie in unserer **Trendstrecke „Grossstadt Geflüster“ ab Seite 52**.

Bleiben Sie stark, denken Sie positiv – wir halten zusammen! Ihre

Nadine Frank

Editor, nadine.frank@health-and-beauty.com

**NEUER
TERMIN!**



**BEAUTY
FORUM
SWISS**
by COSMOPROF

Aufgeschoben ist nicht aufgehoben! Blocken Sie darum schon jetzt den **3. und 4. Oktober** – denn das ist der neue Termin der BEAUTY FORUM SWISS 2020 in Zürich. Wir freuen uns auf Sie!

Mehr Infos finden Sie ab Seite 64 oder unter www.beauty-fairs.ch

UMFRAGE: **#wirbleibenstark**



Elena Vurma



Isabelle Ritter



Susan Meier



Rosine Dätwyler

Die Kosmetikerinnen und Unternehmerinnen lassen sich von der Krise nicht unterkriegen. Lassen Sie sich inspirieren hier im Magazin ab Seite 28 oder auf Instagram unter [@beauty_forum_ch](https://www.instagram.com/beauty_forum_ch)



SO MACHT ES DIE KOLLEGIN!
Einblick ins Topinstitut KMB
Cosmetics, Luzern



Dossier
**SEXY
SKIN**
Das All-in-Shape-
Paket für
Ihre Kundin

Inhalt

APRIL 2020

COMMUNITY

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

BEAUTY & CARE

- 10: Airfrischend
Behandlung mit Sauerstoff
- 16: Passgenau
Massgeschneiderte Treatments
- 27: News
Pflege
- ▶ 28: Wir bleiben stark!
Umfrage: Wie Kosmetikerinnen
auf die Corona-Krise reagieren
- 30: Gründlich reinigen
Überblick apparative
Gesichtsreinigung
- 33: News
Medical Beauty

- 34: Die perfekte Mitte
Interview mit
Dr. med. Karl Schuhmann
zur Bauchnabelkorrektur

▶ DOSSIER

- 36: Sexy Skin
Intro
- 38: Von nichts kommt nichts!
Faktoren für eine straffe Haut
- 42: Das Rundum-straff-Paket
Wirksstoffe, Treatments,
Kommunikation
- 45: Topfit im Dreier-Schritt
3 einfache Übungen

LIFE & WORK

- ▶ 46: Konflikte als Chance
Mitarbeiterführung und
kollegiales Miteinander
- 48: Topinstitut
KMB Cosmetics,
Luzern

STYLE & FASHION

- 52: Grosstadt Geflüster
Trends Frühjahr/Sommer 2020
- 62: Ganz schön dicht
Henna Brows

MESSE

- 64: Save the date!
26. BEAUTY FORUM SWISS

IN JEDER AUSGABE

- 3: Editorial
- 66: Profi-Shop
- 67: Markt
- 68: Ausbildungen
- 72: Horoskop
- 73: Impressum, Werbepartner,
Vorschau
- 74: Ganz persönlich

Titelbild:

Make-up- und Hair-Artistin: Linda Musacchio
Fotografin: Corinne Wenger
Model: Laura Lind



Coronavirus – DAS SOLLTEN SIE WISSEN:

Schweizer Bundesrat | Das Coronavirus hat die Welt fest im Griff. Betroffen ist davon natürlich auch die Beauty-Branche: **Kosmetikinstitute müssen bis zum 19. April geschlossen bleiben.** Genauso dürfen natürlich auch keine Messen oder Präsenzunterricht wie Schulungen im kosmetischen Bereich stattfinden.

Am 20. März hat der Bundesrat Massnahmen getroffen, um die wirtschaftlichen Folgen von selbständigen Unternehmerinnen und Arbeitnehmenden abzuschwächen. Zu diesem Zweck stehen insgesamt über 40 Milliarden Franken zur Verfügung.

Im Massnahmenpaket enthalten sind unter anderem: die „Ausweitung und Vereinfachung der Kurzarbeit“ sowie Massnahmen für die „Entschädigung bei Erwerbsausfällen für Selbständige“ und „Entschädigung bei Erwerbsausfällen für Angestellte“. Die Entschädigungen greifen bei „Schulschliessungen“, „ärztlich verordneter Quarantäne“ oder „Schliessung eines selbstständig geführten öffentlich zugänglichen Betriebes“.

In Anlehnung an die Erwerbsersatzordnung soll die Entschädigung als Tagesgeld ausgerichtet werden, sofern nicht bereits eine Entschädigung oder Versicherungsleistung vorliegt. **Die Entschädigung entspricht demnach 80 Prozent des Einkommens und beträgt höchstens 196 Franken pro Tag.** Die Prüfung des Anspruches sowie die Auszahlung der Leistung übernehmen die AHV-Ausgleichskassen.

Mehr Informationen zu den offiziellen Mitteilungen des Bundesrats finden Sie unter: www.admin.ch

Hier finden Sie ein Anmeldeformular für die Erwerbsersatzentschädigung: www.ahvpkcoiffure.ch/corona

NEUE WEGE

Matis | Jean-Pierre Rosselet, CEO der Jean-Pierre Rosselet Cosmetics AG, präsentierte in Zürich die Neuausrichtung der Kosmetikmarke „Matis“. Vorgestellt wurden die neuen Produkte mit Neuformulierungen sowie das moderne und elegante neue Packaging der Produkte. Auch das Logo wurde neu designt. Als Markenbotschafterin konnte Model Johanne Landbo gewonnen werden.

Tel. 044 389 87 87, www.jp-rosselet.ch



Das Publikum ist von der Neuausrichtung der Marke „Matis“ begeistert.



Das Firmengebäude von Jean D'Arce in Kehl. Das familiengeführte Unternehmen feiert dieses Jahr sein 60. Jubiläum.

60. FIRMENJUBILÄUM

Jean D'Arce Cosmétique | In diesem Jahr blickt das Unternehmen Jean D'Arce Cosmétique auf eine 60-jährige Unternehmens- und Familientradition zurück. Das 1960 in Paris von Paul Sergent gegründete Unternehmen ist seit 1969 in Kehl am Rhein ansässig und beschäftigt dort 230 Mitarbeiter.

Die Produkte und Behandlungsmethoden werden heute weltweit in mehr als 45 Ländern angeboten. Gewachsen aus der französischen Kosmetiktradition, zeichnet sich die Marke durch Pflegesysteme, dermokosmetische Texturen und effiziente Behandlungssysteme für die professionelle Kosmetik aus.

Tel. 044 771 14 14, www.jeandarcel.ch

MEHR SOLIDARITÄT

Babor | Unter dem Namen #baborunited hat das Unternehmen Babor eine weltweite Unterstützungskampagne ins Leben gerufen: Über interne Social-Media-Kanäle hat das Unternehmen seine Kunden weltweit aufgerufen, Desinfektionsmittel und Masken an Krankenhäuser zu spenden. Viele Kosmetikinstitute sind dem Aufruf gefolgt und stimmen sich regional mit öffentlichen Einrichtungen und Krankenhäusern ab. „Dieses Zeichen der Solidarität ist ein beeindruckendes Zeichen der Stärke unserer Babor-Partner, die selbst vor nie da gewesenen Herausforderungen stehen,“ so Michael Schummert, CEO von Babor.

Tel. 055 420 28 20, www.babor.ch



Der Babor-Flagship-Store in Frankfurt steht bereits in Kontakt mit einer Klinik und stellt seine Vorräte an Masken und Desinfektionsmitteln zur Verfügung.

#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 TOLLE 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.



ONLINE-SEMINARE

Besser **wisser**
werden!

BILDEN SIE SICH WEITER! Experten aus der Branche vermitteln in unseren Online-Seminaren fundiertes Wissen. Wir bieten Ihnen Weiterbildungen in Form von Tutorials oder Fachvorträgen bequem von zu Hause aus an.

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

BEAUTY



Online abrufbar 12. Mai

KUNDENBESCHWERDEN? SCHAFFE ICH MIT LINKS

Anti-Aging ist das grösste Geschäftsfeld in Ihrem Institutsalltag. Daher kommt es bei den Behandlungen im Nachgang auch mal zu Beschwerden. Keine angenehme Situation – aber mit den richtigen Tricks souverän zu meistern. Lernen Sie, wie Sie entspannt mit Beschwerden umgehen und Ihre Kunden zufriedenstellen.

Referentin:

Miriam Hohenfeldt

Weiteres Online-Seminar:

Bikini Waxing: Erst wachsen, dann waxen. So funktioniert es, Referentin: Aylin Kizilkaya, online abrufbar 9. Juni

MEDICAL



Online abrufbar 16. Juni

ALLES WICHTIGE ÜBER AKNE

Akne tritt in unterschiedlichen Formen auf. Kosmetikerin Melanie Miniaci beleuchtet, wie sich eine notwendige Medikation durch den Arzt auf nachfolgende Behandlungen im Institut auswirken kann, wie Sie mit betroffenen Kunden am besten umgehen und wie diese selbst bei einer effektiven Behandlung mithelfen können.

Referentin:

Melanie Miniaci

Weiteres Online-Seminar:

Hautschüppchen und Haare – winzig, aber bedeutsam, Referentin: Susanne Pfau, online abrufbar 1. September

BUSINESS



Online abrufbar 23. Juni

3 WEGE FÜR MEHR ERFOLG

Nutzen Sie Fortbildungen und spezialisieren Sie sich! Kosmetikerin Fabienne Pinger zeigt Ihnen drei mögliche Wege detailliert auf: die Heilpraktikerzulassung, den Beruf der onkologischen Kosmetikerin und den Wellness- und Spa-Manager. Erfahren Sie, wie Sie die Weiterbildungen in Ihren Alltag integrieren und was Sie danach verdienen können.

Referentin:

Fabienne Pinger

Weiteres Online-Seminar:

Keine roten Zahlen mehr, Referentin: Fabienne Pinger, online abrufbar 24. November

NAIL



Online abrufbar 28. April

VORSICHT BEI EINEM ZU KURZEN NAGELBETT!

Ein langes Nagelbett ist die ideale Grundlage für eine schöne Gelmodellage. Diese Voraussetzung ist aber bei Ihren Kunden nicht immer gegeben, denn manche leiden unter einem zu kurzen Nagelbett. Erfahren Sie im Seminar, mit welchen Tipps und Tricks Sie das Nagelbett Ihrer Kundin optisch verlängern können und auf was Sie dabei achten müssen.

Referentin:

Eva-Maria Konwert

Weiteres Online-Seminar:

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

Wir bleiben stark!



UMFRAGE – Das Virus Covid-19 stellt unser komplettes Leben auf den Kopf: Keiner weiss, was passiert und wie es weitergeht. Für selbstständige Kosmetikerinnen und Unternehmerinnen spielt konkret auch die Existenzangst eine Rolle. Dennoch: Lassen Sie sich nicht unterkriegen! Ihre Kolleginnen sagen Ihnen, wie Sie auf die Krise reagieren können und was es nun für Chancen für Sie und Ihr Institut gibt.

Rosine Dätwyler, „Maykosmetik“ in Aarau



www.maykosmetik.ch

Ganz ehrlich: In diesem Ausmass habe ich das nicht kommen sehen. Ich bin, genau wie viele andere, von dieser Pandemie überrumpelt worden. Als es dann zur Schliessung kam, war es schon ein Schock, da ich bis zum Schluss die Hoffnung hatte, dass man die Situation unter Kontrolle bekommt. **Aber ich hätte das Studio auch freiwillig zum Schutz der Mitarbeiterinnen geschlossen, da ich ständig in Sorge war, ob sich meine Mitarbeiterinnen auf der Arbeit anstecken könnten.**

Die ersten drei Tage waren für mich sehr schwierig, ich habe wirklich auch mit Ängsten zu tun gehabt. Doch irgendwann musste ich mir selbst sagen, dass es nichts bringt, nur das Negative zu sehen, sondern dass ich meinen Fokus auch auf das Positive richten muss: endlich ausschlafen am Morgen, kein Leistungsdruck für die nächsten Wochen, Zeit für mich, Zeit für die Kinder, **Zeit, um mich mit mir selbst zu beschäftigen, neue Ziele definieren, endlich meine Büroarbeit abuarbeiten und mich selbst weiterzubilden.**

Und jeden Tag sage ich mir: Was dich nicht umbringt, macht dich nur noch stärker. Ich vertraue darauf, dass alles gut kommt und wir

sehr bald wieder unser Leben normal weiterleben können und ganz viele Kunden wieder glücklich machen.

Für uns war es darum nach der Schliessung klar, dass wir etwas für unsere Kunden tun müssen, um mit ihnen in Kontakt zu bleiben. Einen Online-Shop hatten wir schon für den Gutscheinverkauf eingerichtet, diesen haben wir nun mit unserer eigenen Produktlinie erweitert. Meine Lernende hat ein paar Produkte mitgenommen zum Testen und um Instagram-Videos zu erstellen. Das kommt gut an, da Sie eine grosse Community hat. Da wir eine WhatsApp-Businessnummer haben, planen wir, ganz tolle Promotion- und Pflegetipps an unsere Kunden zu schicken. Auch ist toll, dass man die Kunden durch Statusmeldungen sehr gut erreichen kann.

Eine gute Kundenbindung ist gerade sehr, sehr wichtig. **Wir müssen unsere Kunden mental unterstützen, was die Heimpflege betrifft.** Wir werden auch auf Facebook und Instagram aktiv sein. Jetzt habe ich auch Zeit, um mich mit dem **YouTube-Kanal** zu befassen. Ich stelle mir schon den Moment vor, wenn ich wieder die ersten Kunden begrüssen und bedienen darf.

Isabelle Ritler, „Belle – Haut im Fokus“ in Luzern



www.belle-kosmetik.ch

Die Lage ist für uns alle neu. Wir müssen jetzt lernen, kurzfristiger zu denken und nur das zu planen, was wir überblicken können. **Man muss Entscheidungen treffen. Es ist sehr wichtig, stark zu bleiben.** Es bringt gar nichts, in Selbstmitleid zu versinken, denn es geht jedem schlecht! Ich persönlich habe entschieden, dass ich sehr aktiv bleibe und den Kontakt zu meinen Kunden Aufrecht erhalte. Es gibt keine Garantie dafür, dass ich das Richtige mache,

aber ich probiere das Möglichste. Ich finde es ganz wichtig, dass wir mit unseren Kunden in Kontakt bleiben und ein guter Informationsfluss besteht. Wir müssen unseren Kunden zeigen, dass wir noch da sind. **In einer Situation wie dieser ist der Produktverkauf das Wichtigste!** Wir müssen den Kunden klar kommunizieren, dass sie Produkte unkompliziert bestellen können und wir ihnen die Produkte dann per Post schicken. Und das ist nicht mit einem

Mal gesagt, wir müssen das immer wieder persönlich mitteilen: **per E-Mail, per WhatsApp, per WhatsApp-Status, per Story, Instagram, Facebook und Newsletter.** Und klar, es gibt sehr viele versicherte Kunden, die auch nicht wissen, ob sie ihren Lohn noch bekommen, aber es gibt auch viele Leute, die daheim sind, die ihren Lohn sicher erhalten und viel Zeit haben – alle surfen jetzt im Netz. Es gilt nicht zu sagen: Keiner kauft was, ich mache nichts. Wir müssen jetzt einfach testen, wie es funktioniert.

Ich berate meine Kunden zusätzlich online oder per Telefon. Wir müssen jetzt unsere Kunden mit Tipps füttern. **Der Schwerpunkt liegt auf interessanten Inhalten auf meiner Website. Gemäss der goldenen Marketing-Regel: Website first!** Ich gebe beispielsweise Tipps zur richtigen Pflege bei unreiner Haut oder Couperose. Diese Website-Inhalte teasere ich durch Instagram, Facebook oder Newsletter an.

Bei den Inhalten ist Kreativität gefragt: Ich zeige zum Beispiel einen Anwendung eines Produktes bei mir im Badezimmer und erkläre die einzelnen Schritte und stelle so die Produkte vor, die man bei mir kaufen kann.

Wichtig ist jetzt Präsenz! Es geht ums Überleben! Aber klar, das alles lastet ja nicht aus. **Jetzt ist wirklich mal die Zeit, dass man diese „Verschiberitis-To-Do-Liste“ mal rausnimmt:** Man kann sein Behandlungskonzept überdenken, sich endlich mit der neuesten Technik wie einem Online-Shop oder einem Online-Booking-Tool beschäftigen oder im Institut einfach mal aufräumen und ausmisten – das tut gut und befreit. Es ist die Zeit der Reflexion. Es wird trotzdem schwierig, aber wir müssen die Situation annehmen und sie als Chance sehen, von der wir lernen müssen und dass wir jetzt auch wirklich sehen, welche Kunden uns treu bleiben.



Elena Vurma, „Amaya“ in Aarau und Lenzburg

www.amaya.ch

Wir mussten unsere Mitarbeiterinnen von einem Tag auf den anderen nach Hause senden und Kurzarbeit anmelden. **Unsere vier Auszubildenden sind davon nicht betroffen.** Sie wechseln sich jeweils von Montag bis Freitag von 8.00 bis 12.00 Uhr ab, um in einer ersten Phase Kunden zu informieren und Termine zu verschieben. Danach werden die Räumlichkeiten auf Vordermann gebracht, damit ab dem 20.4. neu durchgestartet werden kann.

Die Ausbildung bleibt während dieser Zeit nicht auf der Strecke, und wöchentliche Trainings werden durchgeführt. Grundsätzlich ist das Planen jedoch schwierig, da täglich mit neuen Restriktionen

gerechnet werden muss. Wir werden uns alle schnellstmöglich treffen, um Ideen zu sammeln, wie wir nun agieren können. Die Massnahmen, die wir nun nach der Schliessung für unsere Kunden planen, müssen am besten kostenlos sein und sofort umgesetzt werden können.

Wir haben bereits unsere Kunden per E-Mail sowie Social Media über die Schliessung informiert **sowie um Solidarität gebeten, um während dieser Zeit vermehrt Produkte sowie Gutscheine zu bestellen.** Derzeit arbeiten wir daran, vermehrt Posts auf Instagram zu stellen, um den Produktverkauf zu pushen.



Susan Meier, „Cosmetic Susan Meier“ in Luzern

www.cosmetic-susan-meier.ch

Bereits schon vor dem offiziellen Bescheid haben wir im Team über die Möglichkeit einer Schliessung und deren Folgen gesprochen. Als die definitive Schliessung klar war, haben wir uns im Geschäft getroffen und die Massnahmen geregelt. Alle Kunden, die bereits einen Termin bis zum 19. April hatten, wurden von meinen Mitarbeitern angerufen. **Hier wurde gezielt auf den Produktverkauf hingewiesen sowie, wenn es gefragt war, gleich wieder ein neuer Termin vereinbart.**

Zudem haben meine Mitarbeiter gleich eine Liste über den ausfallenden Umsatz erstellt, um **Kurzarbeit beantragen** zu können. Ich selbst hatte bereits die Unterlagen für die Anmeldung zur Kurzarbeit im Hause gehabt und habe mich darum gekümmert, dass sie gleich abgeschickt werden konnten. Die Auszubildenden haben noch alle Bestellungen erledigt und das Geschäft zum Wo-

chenende fertig gemacht. Dieser Tag verflieg im Nu: Mit gutem Gemüt haben wir den früheren Feierabend angetreten.

Im Moment ist das Geschäft von Montag bis Freitag 10.00 bis 16.00 Uhr besetzt. Es ist jeweils eine Mitarbeiterin oder Auszubildende hier, um gezielte Arbeiten wie Bestellungen von Produkten und Gutscheinen zu bearbeiten, Arbeitsabläufe zu notieren, aber auch um Produkte und Geräte zu studieren, für die Schule zu lernen oder Reinigungsarbeiten zu verrichten. **Der Kontakt unter uns ist sehr eng, und die interne Kommunikation wird aufrechterhalten – wir schauen gut auf uns.**

Ausserdem haben wir unsere **Facebook-Seite** an die Situation angepasst und versorgen unsere Kunden hier mit Humor und speziellen Tipps für die Pflege mit Hausmittelchen sowie möglichen Produkten von uns.



DOSSIER

Sexy SKIN

» STRAFF IM GESICHT UND AM KÖRPER «

Welche Kundin will sie nicht: straffe Haut – und das nicht nur im Gesicht, sondern am ganzen Körper. Auf den nächsten Seiten finden Sie das „All-in-Shape-allover“-Paket. Lesen Sie, welche Behandlungsmöglichkeiten es gibt, was im Trend und welche Lebensweise für eine straffe Haut die richtige ist.



BEREITS ERSCHIENEN:

- 7+8/2019 Cosmetic Basics
- 9/2019 Umgang mit kranken Kunden
- 10/2019 Problemhaut
- 11/2019 Anspruchsvolle Kundinnen im Institut
- 12/2019 Reife Haut
- 1/2020 Der perfekte Glow
- 2+3/2020 Marketing und Verkauf



NÄCHSTE AUSGABEN:

- 5/2020 Coolness Faktor
- 6/2020 Better Aging
- 7+8/2020 Haarige Angelegenheit
- 9/2020 Ernährung und Haut
- 10/2020 Clean Beauty
- 11/2020 Frauensache
- 12/2020 Clean Beauty

top
institut



Kosmetikerin Kerem Buchs empfängt ihre Kunden mit einem strahlenden Lächeln. Das kommt gut an: Insgesamt besuchen bis zu 90 Kunden im Monat ihr Kosmetikinstitut „KMB Cosmetics“

Positives Gefühl

➤ **TOPINSTITUT: KMB COSMETICS** ◀

Kundinnen, die zu Kosmetikerin Kerem Buchs ins Kosmetikinstitut kommen, fühlen sich schnell sehr wohl. Das liegt nicht nur daran, dass die Kosmetikerin ihr Handwerk gut versteht, sondern auch an ihrer fröhlichen, empathischen und vor allem lebensfrohen Einstellung.



Das „KMB Cosmetics“ hat eine Toplage: direkt gegenüber des Luzerner Hauptbahnhofs in der Pilatusstrasse 1.



Das 98 Quadratmeter grosse Institut verfügt über einen Empfangsraum und ein grosszügiges Behandlungszimmer.

Jeder ist auf seine ganz individuelle Art schön – davon ist Kerem Buchs überzeugt. Die Kosmetikerin weiss, dass Schönheit nicht allein von aussen kommt, sondern auch von innen. Ihr liegt es am Herzen, ihren Kunden ein ganzheitliches Wertgefühl zu vermitteln. Sie hört ihren Kundinnen zu und respektiert deren Probleme, versucht aber gleichzeitig, positive Energie zu versprühen: „Oft kommen Kundinnen und sind traurig, weil zum Beispiel ihre Stirnfalte so tief ist. Dann bestärke ich sie erst mal in ihrer Schönheit und weise auf ihre tollen Haare hin.

Eine Falte steht doch nie für sich allein – betrachtet man das Gesamtbild der Frau, fällt diese eine Falte oftmals gar nicht mehr auf.“

Bei den Behandlungen gibt Kerem Buchs ihr Bestes, ehrlich bleibt sie dabei aber immer. Ihr Depot ist gross – von Naturkosmetik bis hin zu Medical-Beauty-Produkten ist alles dabei. Je nach Kundin wechselt sie die Produktlinie: „Hat eine Kundin eine gute Haut und möchte lediglich Vorsorge treffen, dann wähle ich auf jeden Fall Naturkosmetik. Geht es gezielt gegen Falten, dann greife ich zu einer Medical-Beauty-Linie“, erzählt die Kosme-

tikerin. Ehrlich zu den Kundinnen zu sein, ist ihr generell wichtig, sie sagt ihren Kundinnen auch, wenn sie bei Falten kosmetisch nicht mehr weiterkommt: „Ich behandle Zustände. Ich mache Anti-Aging zum Vorbeugen, zum Verschönern oder Verzögern.“

Emphatisch arbeiten

Sie geht sehr intensiv auf ihre Kundinnen ein und hört ihnen zu. Sie weiss, dass Kosmetik nicht günstig ist, und ist darum bemüht, ihnen das Bestmögliche zu bieten: „Kosmetik ist Lu-



Die helle und freundliche Einrichtung sorgt für Wohlfühl-atmosphäre. Die Bilder sind von ihrem Schwiegervater.



Apparative Anti-Aging-Behandlungen sind bei Kerem Buchs besonders gefragt.

„Vertrauen ist in meinem Beruf sehr wichtig. Meine Kunden sollen nur ein Produkt kaufen, von dem sie selbst überzeugt sind!“



Unternehmerin Kerem Buchs hat bereits 30'000 Schweizer Franken in Geräte investiert. Für ihr neuestes Gerät zahlt sie monatlich Miete.

Die Kosmetikerin nimmt sich für die Produktberatung besonders viel Zeit.

Tolle Aktion: Bei jedem verkauften Produkt spendet Kerem Buchs einen Schweizer Franken an Kinder in Venezuela.

xus, darum achte ich darauf, dass, angefangen von der Lautstärke bis hin zum Duft, den Behandlungen und Produkten, alles stimmig ist.“

Erzählt ihr eine Kundin, dass sie auf der Suche nach einem geeigneten Wimpernserum ist, sie aber keines im Sortiment hat, dann geht sie auf Recherche, bestellt Produkte von verschiedenen Herstellern und testet sie selbst aus. Den Kunden Produkte aufzudrängen, ist allerdings nicht ihr Ding. Bevor die Kosmetikerin einer Kundin ein Produkt verkauft, gibt sie ihr übers Wochenende ein Probchen mit, so kann sie das Produkt in Ruhe testen und sich dann entscheiden, ob sie es kaufen möchte. „Vertrauen ist in meinem Beruf einfach sehr wichtig. Meine Kunden sollen nur ein Produkt kaufen, von dem sie selbst überzeugt sind!“ Ihre Suche nach einem bestmöglichen Produkt fällt auch Unternehmen aus der Branche auf, die ihr

Produkte zum Testen schicken: „Ich mache aber keine Werbung für die Produkte – ich bin ja keine Influencerin“, lacht Kerem Buchs.

What you see, is what you get

Allerdings ist sie schon nahe dran am Influencerstatus. Besonders auf Instagram ist die quirlige Kosmetikerin aktiv. Mit mittlerweile über 3'000 Followern ist sie zudem sehr erfolgreich. Aus diesem Grund hat sie auch Kunden aus verschiedenen Ländern, die extra, wenn sie zu Besuch in Luzern sind, zu Kerem Buchs ins Institut kommen. „Wenn ich diese Kunden frage, wie sie auf mich aufmerksam geworden sind, sagen sie: ‚Durch Instagram. Ich fand dich dort so sympathisch und wollte mich gleich von dir behandeln lassen‘“, erzählt die Unternehmerin stolz.

Und zufrieden kann sie mit dieser Rückmeldung auch sein, denn genau das ist ein wesentlicher Aspekt ihrer Social-Media- und Web-Strategie, die auf Transparenz und Authentizität fusst: „Auf Instagram oder meiner Homepage können die Kunden sehen, was sie erwartet. Ich präsentiere mich, so wie ich bin, und wenn meine Kunden dann ins Institut kommen, fühlen sie sich schon so, als ob sie mich kennen.“

Zielorientierte Lebensfreude

Kerem Buchs weiss, was sie will, und setzt das auch um. Als die gebürtige Venezolanerin ihrem Schweizer Ehemann in sein Heimatland folgte, war für sie klar, dass sie mit Menschen arbeiten möchte. Zudem brauchte sie einigermassen flexible Arbeitszeiten, damit sie den Beruf mit ihren zwei



MEHR ERFAHREN – ONLINE GEHEN!

Exklusiv für Abonnenten von BEAUTY FORUM:
Sie interessieren sich für die Marketingaktionen und Kooperationen von Kerem Buchs? Auf www.beauty-forum.ch lesen Sie mehr zum Thema. Geben Sie auf unserer Website den Webcode 152909 ein.

Kindern vereinbaren konnte: „Der Fachbereich Kosmetik ist einfach etwas Schönes, mit dem man viel bewirken und Kunden glücklich machen kann.“ Nach ihrer Ausbildung arbeitete sie sieben Jahre lang in einer ästhetisch-plastischen Praxis und übernahm die Vor- und Nachsorge. „Dort habe ich sehr viel gelernt. Vor allem auch, wie man mit seinen Kunden richtig umgeht. Diese Erfahrung war sehr wichtig für mich – denn so etwas kann man nach der Schule nicht automatisch“, berichtet die Unternehmerin.

Als sie beschloss, ein eigenes Institut zu gründen, ging sie fokussiert vor. Besonders viel Wert legte sie auf die Lage. Es ist direkt am Bahnhof in der Pilatusstrasse 1 in Luzern gelegen. Günstig ist diese Lage natürlich nicht, aber da im Monat durchschnitt-

lich bis zu 90 Kunden in ihr Institut kommen, Tendenz steigend, ist das für Kerem Buchs kein Problem: „Zur Zeit des Umzugs hatte ich bereits sehr viele Kunden. Die meisten sind mir treu geblieben – sonst wäre es auch nicht möglich gewesen, gleich in so eine Topadresse zu ziehen“, erklärt Kerem Buchs. Bisher ist sie drei Mal in der Woche im Institut. Da ihre Kinder nun älter sind und die Nachfrage nach Terminen stetig steigt, überlegt sie sich nun, auf vier Tage in der Woche aufzustoßen.

Ihre Kunden würden sich darüber sicher freuen, denn im „KMB Cosmetics“ fühlen sie sich wie zu Hause. Zu diesem Gefühl tragen auch das gemütliche Sofa bei und die vielen individuellen dekorativen Elemente. Egal ob Vasen oder Bilder: Sie haben meist ein Frauengesicht zum Thema. So kann Kerem Buchs ihre Institutsphilosophie bebildern, die die individuelle, natürliche Schönheit einer jeden Frau aufspüren will. Und wenn Kerem Buchs' Kundinnen dann immer noch nicht von ihrem Konzept überzeugt sind, dann spätestens, wenn die Kosmetikerin sie mit ihrem strahlenden und herzlichen Lächeln im Institut empfängt.

Nadine Frank



Im Moment arbeitet Kerem Buchs drei Tage in der Woche. Sie geht aber auch auf flexibel auf die Terminwünsche ihrer Kundinnen ein.



FAKTEN

Eröffnet:
2017

Inhaberin:
Kerem Montiel Buchs

Ausbildung:
Medizinische Kosmetik

Räumlichkeiten:
98 Quadratmeter: 1 Kabine,
1 Empfangs- und Verkaufsraum

Schwerpunkt:
Medizinisch-kosmetische
Gesichtsbehandlungen

Marken:
Team Dr. Joseph, Nimue, Ibiotics,
Ambuja, Mesoesthetic, Emite
Make Up, Wrinkle Schminkles,
Nuori, Abhati Suisse, Aypa skin-
care, Twelve, Lycogel

Apparate:
Microneedling (Edermastamp),
Oxigeneo by Pollogen, Cell Mu6
Endermologie, LPG, Brauen
Permanent make up (Phibrows)

Gerätekosten:
circa CHF 30'000 plus Miete für
das LPG-Gerät für CHF 900.00.

**Beliebteste
Behandlung:**
Microneedling (CHF 265.00)

Kunden pro Monat:
circa 90 (Dreitagewoche)



KONTAKT

KMB Cosmetics
 Pilatusstrasse 1
 6003 Luzern
www.kmbcosmetics.ch
 Instagram: @kmbcosmetics.ch



JASMIN BUGMANN

machte eine Ausbildung zur Kosmetikerin und lernte so, Kosmetikprodukte anzuwenden. Durch den Wechsel in den Aussendienst konnte sie ihre Erfahrungen ausbauen und sich so einen Überblick verschaffen. Diesen Erfahrungsschatz weiterzugeben, und die Bedürfnisse der Kosmetikinstitute und ihrer Kundinnen kennenzulernen, ist für sie eine spannende und abwechslungsreiche Tätigkeit.

ZUR BEAUTY-BRANCHE BIN ICH GEKOMMEN ...

... Schon in meiner Schulzeit interessierte mich der Beruf Kosmetikerin, weil man die Menschen pflegt und ihre Schönheit hervorhebt.

AN MEINEM BERUF FASZINIERT MICH BESONDERS ...

...Im Aussendienst bei der Firma Lydia Dainow finde ich es so spannend, weil man von der Produktherstellung bis zur Anwendung alle Schritte mitverfolgen kann. Da die Firma Lydia Dainow ihre Produkte selbst herstellt, ist das ein grosses Plus bei der Beratung meiner Kundinnen.

NEUE ENERGIE TANKE ICH ...

... beim täglichen Sport oder mit einem guten Buch.

NUR SCHWER VERZICHTEN KÖNNTE ICH AUF ...

... die guten und interessanten Gespräche mit Familie und Freunden bei einem guten Essen.

EINE PERSÖNLICHKEIT, DIE ICH GERNE EINMAL TREFFEN WÜRDTE ...

... Gerne würde ich vom Dalai Lama mehr über die menschlichen Werte wie Mitgefühl, Vergebung, Toleranz, Zufriedenheit und Selbstdisziplin lernen.

MEINE FERIEN VERBRINGE ICH AM LIEBSTEN ...

... in der Natur.

MEIN LIEBLINGSGERICHT IST ...

... ein gutes Curry beim Inder.

MEIN EINDRÜCKLICHSTES REISEERLEBNIS ...

... den Highway No. 1 zu erleben.

MEIN GRÖSSTER WUNSCH ...

... dass die Menschheit die Kriege beendet und mehr Freude an den schönen Dingen im Leben hat.