

BEAUTY FORUM

SOFORT EFFEKT

Profi-Pflege für
schnelle Ergebnisse
ab Seite 16

SCHÖN EHRlich

Erfolgreiche
Kundenkommunikation
ab Seite 56

Dossier:

Frauen sache

Treatments von der Schwangerschaft
bis zu den Wechseljahren
ab Seite 40

Erleben Sie Ihre persönliche Star-Behandlung mit geneo.

Fantastische Resultate mit dem einzigartigen Kapsel-System.



Scan mich

www.oxygeneo.ch

Reservieren Sie Ihren Termin, wir besuchen Sie vor Ort.

Swiss Beauty Point

Grindelstrasse 12, 8303 Bassersdorf

Tel.: +41 44 803 22 11, office@tobas.ch

geneo



Haltung *bewahren!*

Wir kommen einfach nicht zur Ruhe: Das Coronavirus breitet sich mehr aus denn je. Nach einem schönen und vergleichsweise entspannten Sommer müssen wir nun achtsamer sein als zuvor. Von diesem ungewissen Zustand dürfen wir uns aber nicht unterkriegen lassen. Nun sind Abstandsregeln, Händewaschen und Desinfektion gefragt und generell verantwortungsbewusstes Handeln. Den meisten Kosmetikerinnen waren viele Massnahmen, die nun erforderlich sind, kein Fremdwort. Schliesslich arbeiten Sie seit jeher schon sehr hygienisch. Wenn Sie Ihr Wissen in Sachen Hygienemassnahmen trotzdem nochmals auffrischen möchten, dann informieren Sie sich doch im Artikel von Steffi Brühlmann „**Schützende Hygiene**“ ab Seite 52.

Wenn Kundinnen zu Ihnen ins Institut kommen, dann sollten Sie am besten nach dem Motto „Ehrlich währt am längsten“ verfahren – mit dieser Kundenkommunikation fahren Sie richtig, weiss Kosmetikerin und Institutsleiterin Isabelle Ritler. Im Artikel „**Mit Teamwork zum Erfolg**“ ab Seite 56 erklärt sie Ihnen, wie Sie enttäuschte Kundengesichter vermeiden können und dass eine offene Kommunikation bei Behandlungsergebnissen erfolgreicher ist, als bei diesem Thema falsche Versprechen zu geben. Denn je nach Alter und Lebensumständen ändern sich die Bedürfnisse und Behandlungsmöglichkeiten Ihrer Kundinnen sowieso: In unserem Dossier „**Von Frau zu Frau**“ erfahren Sie ab Seite 40, welche Treatments in welchen Lebensphasen von Schwangerschaft bis hin zu den Wechseljahren für Ihre Kundin passen.

Lassen Sie sich nicht unterkriegen und schauen Sie nach vorne!

Viel Spass beim Lesen, Ihre

Nadine Frank

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

LESEN SIE
AUCH



BEAUTY FORUM
MEDICAL 5/2020

Moderne Methoden:
So geht Anti-Aging

Einrichtung: Die Dos
und Don'ts im Medical-
Beauty-Institut

Rot, röter, Rosacea:
Rötungen im Gesicht

Hier bestellen:
<https://shop.health-and-beauty.ch>



EINE COMMUNITY!

Kennen Sie schon unseren Instagram-Account? Nein? Dann wird es aber Zeit! Auf unserem Account **@beauty_forum_ch** präsentieren wir Ihnen die neuesten Infos und spannende Artikel aus dem Magazin. Der BEAUTY FORUM-Account soll aber nicht nur als Inspiration dienen, sondern **wir wünschen uns einen konkreten Austausch mit Ihnen**. Wir freuen uns über Ihre Tipps und Anregungen!



52

SCHÜTZENDE HYGIENE

Viren, Bakterien und Pilzsporen, Teil 2



40

Dossier

VON FRAU ZU FRAU

Treatments von der Schwangerschaft bis zu den Wechseljahren

Inhalt

NOVEMBER 2020

COMMUNITY

- 6 : Branchen-News
- 7 : SFK
- 8 : Ja, like mich doch
- 9 : (Sk)Influencer

BEAUTY & CARE

- 10 : **Klassisch oder zusätzlich?**
Zusatzanwendungen
- 15 : **News** Pflege
- ▶ 16 : **Wirklich effektiv**
Wirkstoffe mit Effekt
- 27 : **Was würden Sie tun?**
Serie: Alltagsprobleme im Institut
- 28 : **Gelée royale**
Serie: premium beauty, Teil 7
- 32 : **Alles seins!**
Marktübersicht Männerkosmetik, Teil 2
- 34 : **Formvollendung**
PMU-Lippenkorrektur

38 : Ästhetik rund ums Auge

Sanfte Verfahren bei Schlupflidern und Co.

▶ DOSSIER

40 : Von Frau zu Frau

Intro

42 : **Neue Phase, neue Ansprüche!**

Treatments von der Schwangerschaft bis zu den Wechseljahren

45 : **Hormonell bedingt**

Hormonelle Hautunreinheiten

46 : **Ausbalanciert**

Medizinisches hormonelles Anti-Aging

48 : **Manche mögen's heiss**

Richtiges Saunieren

50 : **Gut aufgelegt**

Wickel und Auflagen

52 : **Schützende Hygiene**

Viren, Bakterien und Pilzsporen, Teil 2

55 : **News** Hand und Nagel

LIFE & WORK

- ▶ 56 : **Mit Teamwork zum Erfolg**
Ehrliche Kundenkommunikation

STYLE & FASHION

- 64 : **Sicher gestylt** 🦠
Hygienemassnahmen für Make-up-Behandlungen
- 67 : **Form follows function**
Einmaleins der Mascaras

IN JEDER AUSGABE

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

Titelbild:

Make-up-Artistin: Alexandra Augustin
Foto: Dewi Christiana Ludwig
Modelagentur: Visage International Management / Stylist: Carlos Pereira / Schmuck: Swarovski / Oberteil: Sandro Paris



Mechtild Koch, ganz rechts im Bild, war mit ihrem Team von Koch Kosmetika für Schulungszwecke bei ihrem Vertriebspartner Dr. Rimpler in Wedemark/Hannover.

INTENSIVE *Schulung*

Dr. Rimpler/Koch Kosmetika | Mechtild Koch von Koch Kosmetika aus Waldstatt war mit ihrem Team bei ihrem Vertriebspartner, dem Unternehmen Dr. Rimpler in Wedemark/Hannover, zu Besuch. Auf dem dreitägigen Programm stand vor allem die intensive Schulung der Dr. Rimpler-Produkte. Ein Rundgang durch die eigene Produktion hat dem Koch Kosmetika-Team zudem einen interessanten Einblick in die Entstehung der hochwertigen Produkte vermittelt.

Tel. 031 311 66 00, www.koch-kosmetika.ch



Geschäftsführerin von L'Adresse Systems GmbH Nicole Martin vertreibt die Premiumbrand Skeyndor in der Schweiz.

NEU ERHÄLTlich

Skeyndor/L'Adresse Systems GmbH | Die Kosmetikmarke Skeyndor wurde 1966 in Terrassa bei Barcelona gegründet und ist in der professionellen Kosmetik, in SPA & Hotels sowie bei Dermatologen, Hautpflegezentren und Schönheitstherapeuten international erfolgreich. Die Profiline ist nun auch in der Schweiz bei L'Adresse Systems GmbH in Thalwil erhältlich. Die Kosmetiklinie ist speziell auf die Anwendung in der Kabine ausgerichtet: Die Produkte sollen ein 360-Grad-Hautpflegekonzept mit Soforteffekt bieten und zeichnen sich laut Anbieter durch nachhaltige, umweltfreundliche Produkte und Verpackungen aus.

Tel. 044 772 22 76, www.skeyndor.ch



Das Unternehmen Babor will bis 2023 bis zu 30 Prozent Kunststoff durch den Verzicht von Cellophanierung einsparen.

VERZICHT AUF PLASTIK

Babor | Babor verzichtet seit Juni 2020 auf die Cellophanierung bei drei Produktserien und will so bis zu zwei Tonnen Plastik in den kommenden beiden Jahren sparen. „Im Rahmen unserer Green Agenda haben wir uns vorgenommen, bis 2023 30 Prozent Virgin-Kunststoff einzusparen. Der Verzicht auf Cellophanierung ist, wann immer möglich, ein wichtiger Schritt auf dem Weg dorthin,“ erklärt Geschäftsführer Horst Robertz. Bei der Neukonzeption von Produkten wird die Cellophanierung bereits weggelassen. Im Zuge seiner Nachhaltigkeitsstrategie will das Aachener Kosmetikunternehmen das nun auch auf bestehende Serien übertragen.

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

Round Table

BEAUTY FORUM | Am 21. September hat sich das Schweizer Team von BEAUTY FORUM mit seinen Leserinnen zum Round Table im Art Deco Hotel Montana in Luzern getroffen. Besprochen wurden das BEAUTY FORUM-Magazin sowie die Fachmesse BEAUTY FORUM SWISS. Das Team von BEAUTY FORUM möchte nah an seinen Leserinnen und Fachbesucherinnen sein und sich stetig verbessern. Aus diesem Grund wurden die Kosmetikerinnen Rosine Dätwyler (Aarau), Fabiola Risi (Beckenried), Kerem Buchs (Luzern) und Podologin Andrea Buholzer (Luzern) zum produktiven und informativen Austausch für kommende Projekte und für konstruktives Feedback geladen.

Tel. 041 417 07 70, www.beauty-forum.ch



Von links: Kosmetikerin Kerem Buchs, Editor Nadine Frank, Kosmetikerin Fabiola Risi, Sales Managerin Melissa Capilato, Head of Operation BEAUTY FORUM SWISS Sebastian Moser, Kosmetikerin Rosine Dätwyler, Podologin Andrea Buholzer, Project Manager Trade Fairs Michelle Kuliszkiwicz.

#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.



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

(SK)INFLUENCER

TUTORIALS UND FACHVORTRÄGE – Auf unserer Website vermitteln Experten aus der Branche fundiertes Fachwissen und die neuesten Trends in den Bereichen Beauty, Medical, Business und Nail:

MIT UNS SIND SIE IMMER AUF DEM NEUESTEN STAND!

Sie können sich also jederzeit bequem von zu Hause aus weiterbilden. Die anstehenden Termine finden Sie auf dieser Seite. Alle bisherigen Tutorials und Fachvorträge finden Sie auf unserer Website unter: www.beauty-forum.ch/online-seminare

BEAUTY



Online ab 3. November

KOMBI-GESICHTS- UND KÖRPERBEHANDLUNGEN

Ihre Kundinnen wollen immer öfter ein Gesamtpaket, wenn sie ins Institut kommen. Wie können Sie diesem Trend gerecht werden? Was können Sie unterschiedlichen Kundengruppen anbieten? Wann lohnt sich die Zusammenarbeit mit einem Arzt? Fabienne Pinger gibt einen Überblick über Behandlungsabläufe.

Referentin:
Fabienne Pinger

Weiteres Online-Seminar:
Healthy Beauty,
Referentin: Melanie Miniaci,
online abrufbar ab
8. Dezember

MEDICAL



Online ab 15. Dezember

DIE HAUT – ANATOMIE, PHYSIOLOGIE, EFFLORESZENZENLEHRE

Oft ist es schon einige Jahre her, dass man sich während der Kosmetikausbildung mit der Anatomie und der Physiologie der Haut beschäftigt hat. Heilpraktikerin und Kosmetikerin Rose Steffen bringt Ihnen die wichtigen Informationen zum Thema Haut wieder in Erinnerung und ergänzt Ihr Fachwissen.

Referentin:
Rose Steffen

Weiteres Online-Seminar:
Freuen Sie sich in der nächsten Ausgabe auf weitere spannende Webinare von Experten!

BUSINESS



Online ab 24. November

KEINE ROTEN ZAHLEN: SO PLANEN SIE IHR BUDGET!

Jede Aktivität in Ihrem Institut kostet Geld: Löhne, Einrichtung, Marketing etc. Aber wie viele Ausgaben sind wo angemessen? In diesem Webinar erfahren Sie, welche Rolle und welchen Zweck die Budgetplanung in einem Kosmetikinstitut hat, wie ein Budget eingeteilt wird, um Ihren Umsatz zu optimieren.

Referentin:
Fabienne Pinger

Weiteres Online-Seminar:
WhatsApp-Business:
Besser als E-Mail und
Telefon?, Referent: Michael
Elbs, online ab 14. Januar

NAIL



Online ab 3. Dezember

PRODUKTKONTROLLE – GEL RICHTIG AUFTRAGEN

Nageldesigner sind Architekten und kreative Handwerker in einem: Sie müssen die Basis richtig analysieren können, um dann das Produkt haltbar und stabil auf dem Nagel zu verarbeiten. Naildesignerin Christina Wenst verrät, wie Sie das Produkt richtig auftragen und welche Materialien sich dafür eignen.

Referentin:
Christina Wenst

Weiteres Online-Seminar:
Freuen Sie sich in der nächsten Ausgabe auf weitere spannende Webinare von Experten!



Was würden Sie tun?

ALLTAGSPROBLEME IM INSTITUT – Knifflige Situationen gibt es in jedem Institut. Auch Sie beschäftigt ein Problem, bei dem Sie nicht wissen, wie man richtig reagiert? Holen Sie sich hier Rat bei Kollegen!



„Eine Kundin erschien drei Mal nicht zu ihrem Termin. Immer wieder entschuldigte sie sich und machte einen neuen Termin aus. Wie würden Sie bei der vierten Terminvergabe reagieren?“

Irina C., Kosmetikerin aus Winterthur



Mit Rat und Tat zur Seite steht in diesem Monat **Babara Schütz**.

Die Geschäftsführerin und Inhaberin der Beauty Corner GmbH führt ihr Wellness- und Health-Center in Bassersdorf. Zudem hat sie eine kaufmännische Ausbildung absolviert und ist Farb- und Modestilberaterin mit eidgenössischem Fachausweis. www.beautycorner.ch

Ach ja, solche Dinge geschehen doch immer wieder. Ich habe generell den Eindruck, dass die Verbindlichkeit in den letzten Jahren nachgelassen hat. Die Kunden melden sich immer kurzfristiger an und ab, dadurch ist von uns eine grosse Flexibilität gefordert. Anfänglich dachte ich, wir müssten unsere Kunden „erziehen“, sie „bestrafen“, wenn sie einen Termin nicht rechtzeitig annullieren.

Die Folge davon: Sie kamen einfach nicht mehr. Wir haben dabei gelernt, dass viel mehr Diplomatie und Fingerspitzengefühl gefragt sind, wenn wir diese Kunden nicht verlieren möchten. Bei solchen, die eher kürzere Dienstleistungen in Anspruch nehmen (wie Wimpern/Brauen fär-

ben etc.) empfehlen wir, sich zukünftig spontan zu melden, wenn es möglich ist, und wir schauen dann, was machbar ist. Auf diese Weise hat niemand mehr Stress. Die Kunden haben kein schlechtes Gewissen, wenn sie den Termin vergessen, und wir müssen uns nicht über ungewollte Lücken in der Agenda ärgern.

Bei Kunden, die zum Beispiel Gesichtsbearbeitungen buchen und mehrfach nicht erscheinen, melde ich mich als Geschäftsführerin und erkläre ihnen, dass es sehr wichtig ist, dass wir uns auf unsere Kunden verlassen können. Eine ungewollte Lücke bedeutet für uns Mindereinnahmen, die ich am Monatsende ja nicht unseren Angestellten vom Lohn abziehen kann. Oft machen sich die Kunden darüber kei-

ne Gedanken und sind dann sehr erstaunt, wenn ich ihnen dies nett und freundlich aufzeige. In den meisten Fällen hat ein persönliches Gespräch geholfen. Heute besteht zudem die Möglichkeit, bei digitalen Agenden den Kunden am Vortag eine SMS zu senden und sie an den morgigen Termin zu erinnern. □



Wünschen Sie sich auch einen Rat? Mailen Sie mir Ihre Frage: nadine.frank@health-and-beauty.com. Ich leite Ihr Anliegen weiter!



DOSSIER

Von *Frau* zu *Frau*

» TREATMENTS VON DER SCHWANGERSCHAFT BIS ZU DEN WECHSELJAHREN «

Ob Schwangerschaft oder Wechseljahre: Ihre Kundinnen durchlaufen verschiedene Lebensphasen und auf diese muss die Pflege im Institut angepasst sein. Lesen Sie auf den kommenden Seiten, welche Angebote und Massnahmen wann für Ihre Kundin die richtigen sind.



BEREITS ERSCHIENEN:

- 1/2020 Der perfekte Glow
- 2+3/2020 Marketing und Verkauf
- 4/2020 Straff im Gesicht und am Körper
- 5/2020 Kühlende und schützende Pflege im Sommer
- 6/2020 Better Aging
- 7+8/2020 Von Haarausfall bis Haarentfernung
- 9/2020 Ernährung und Haut
- 10/2020 Achtsam, fair und nachhaltig im Institut



NÄCHSTE AUSGABEN:

- 12/2020 Match Maker
- 1/2021 Healthy Beauty
- 2/2021 Wedding Beauty
- 3/2021 Fresh Skin in Springtime
- 4+5/2021 Luxuskörper
- 6/2021 Super Skin in Summer
- 7+8/2021 Love your Age
- 9/2021 Ganzheitliche Kosmetikkonzepte

Schützende HYGIENE

VIREN, BAKTERIEN, PILZSPOREN, TEIL 2 – Während der erste Teil „Vorsicht, Mikroben“ persönliche Hygienemassnahmen und die Übertragungswege von Pathogenen von Mensch zu Mensch behandelt hat, erklärt Steffi Brühlmann, Präsidentin von Swissnaildesign.ch, im zweiten Teil, wo und wie Ihnen Mikroben im Studio begegnen und wie Sie sich und Ihr Studio durch Basishygiene im Betrieb schützen können.



Haben Sie sich einmal Gedanken darüber gemacht, wo Sie überall im Institut mit Viren, Bakterien und Pilzsporen in Berührung kommen? Lassen Sie uns einen gedanklichen Rundgang durch das Geschäft machen: Wann wurde zum Beispiel das letzte Mal die Türklinke am Eingang gereinigt? Klar, heute Morgen, wir haben ja Corona-Zeit und müssen die Eingangstür regelmässig desinfizieren. **Flächen, die wir mit unseren Händen oder Füßen direkt berühren, sind bei Mikroben sehr beliebt.** Meist hinterlassen wir unsere Spuren inklusive Handschweiss und Mikrohautpartikeln, die für die in diesem Moment übertragenen Mikroben gleich auch noch den Nährboden für das „langfristige“ Überleben mitliefern. Entsprechend sind natürlich auch Lichtschalter, Kleiderbügel, Wasserhähne und Deckel von Desinfektionsflaschen kontaminiert, also von unerwünschten Mikroben verunreinigt. Diese Pathogene können wir in einem Institut niemals völlig loswerden.

Unser Studio ist kein steriler OP. Das Studio muss aber hygienisch sauber sein. Das ist die Voraussetzung, dass wir dem Art. 41 HKG gerecht werden, der verlangt, dass in körperbezogenen Berufen alle zumutbaren Vorkehrungen getroffen werden müssen, um keine Infektionen zu übertragen.

Hygiene im Institut

Hygiene ist das A und O im Institut – das wussten schon die alten Griechen: Das Wort Hygiene leitet von „Hygieia“ ab, der griechischen Göttin der Gesundheit. Hygieia bedeutet übersetzt so viel wie „der Gesundheit dienlich“. Es beinhaltet die Lehre von der Erhaltung der menschlichen Gesundheit. Unter den Begriff Hygiene in unserem Kontext, also im Nagelstudio oder im Kosmetikinstitut, zählen:

- die Basishygiene in Betrieben,
- die Herstellungshygiene und
- Personahygiene.

Gesund muss nicht nur die Kundin sein, auch wir müssen uns gesund halten, und so dient die Hygiene im Institut uns allen. Von der persönlichen Hygiene und der Übertragung von Pathogenen von Mensch zu Mensch berichtet der Artikel Vorsicht Mikroben im 1. Teil.

Diesmal geht es um die Mikroben, die indirekt über Flächen weitergegeben werden und entsprechend der Basishygiene im Betrieb zugeordnet werden. Zu beachten sind dabei folgende Punkte:

1 Bad/Toilette

Viele der Kundinnen fragen gleich nach dem Eintreten nach der Toilette. Achtung! Im sanitären Bereich kommen zu den „strassenüblichen“ Bakterien auch noch Darmbakterien dazu, die sich auf Brille, Spülkasten, Rollenhalter, Lavabo, Wasserhähnen, Seifenspendern und Lichtschaltern niederlassen können. Aus diesem Grund sehen es die Lebensmittelinspektoren und -inspektorinnen nicht gern, wenn Desinfektionswanne, Ultraschallgeräte oder Sterili-



Auf einem Rundgang durchs Geschäft kommt also einiges an kontaminierter Fläche und Gegenständen zusammen. Um hier nicht nachlässig zu werden, empfiehlt der Berufsverband der Schweizer Naildesigner/-innen swissnaildesign.ch, auf die bewährten Hygienepläne renommierter Hygieneproduzenten zurückzugreifen.

satoren im „Bad“ aufgestellt werden. Das sogenannte Labor gehört in einen Raum ohne Toilette!

2 Wartebereich

Im Wartebereich berührt die Kundin schnell einmal die Tischkante, Armlehne, Zeitschriftenhalter etc. Ein regelmässiges Abwischen mit einem desinfektionsmittelgetränkten Lappen ist daher auch hier angebracht. Dummerweise sind hier nicht alle Materialien alkoholbeständig, und es sieht überhaupt nicht hübsch aus, wenn sich die Farbe vom Tisch löst oder der Kunststoff der Armlehne aufweicht.

Seit Corona wissen wir, dass sich beim Händewaschen mit Seife die Covid-Viren recht gut zerstören lassen. Viele Bakterien und Viren befinden sich in einer Hülle, die sich im Kontakt mit Alkohol oder eben auch Seife auflöst. Wichtig jedoch ist, dass auch eine Reibung stattfindet. Wird die Hülle der Mikroben nur einfach mit Lauge oder Alkohol besprüht, kann sie sich noch lange wehren. Kommt Reibung oder Druck dazu, wird die Hülle zerquetscht, und entsprechend geht das Virus oder die Bakterie kaputt. Vorsicht ist auch bei Fussböden geboten, die im Kontakt mit den Fussbodendesinfektionsmitteln schnell einmal matt und gefleckt aussehen. Wer ein Studio neu einrichten kann, tut sich gut daran, auch auf die Materialbeschaffenheit von Möbeln und Böden zu achten.

3 Arbeitsplatz

Der Arbeitsplatz, egal ob Kosmetikliege und Umfeld oder Nail-Tisch, muss natürlich vor und nach jeder Kundin gründlich gereinigt

und desinfiziert werden. Hier halten wir uns mit der Kundin am längsten auf und setzen uns entsprechend auch einer längeren Zeit mit denselben unerwünschten Mikroben des Gegenübers aus.

Im Alltag ist es die Menge der unerwünschten Mikroben, die das Risiko einer Ansteckung ausmacht. Mit dem Tragen einer Hygienemaske oder einer Trennwand verringern wir die Menge der frei auf das Gegenüber „fliegenden“ Mikroben. Trotzdem setzen sich im Verlauf der Behandlung überall Viren, Bakterien und Pilzsporen von uns und unserer Kundin ab. Diese gilt es, nach der Behandlung sauber zu entfernen. Staub wischen wir mit einem feuchten Lappen weg und entsorgen diesen mit den gebrauchten Wattepad und anderen Einwegmaterialien in einem geschlossenen, wenn möglich über einen Fusstritt zu öffnenden Abfalleimer.

4 Reinigung und Wäsche

Alkohol und statische Putzlappen schaden den Plexiglastrennwänden enorm. Sie wären rasch zerkratzt und milchig. Mit Seifenwasser und einem guten Brillentuch bleiben sie bedeutend länger transparent und schön.

Tücher und andere Stoffartikel gehen in die Wäsche, die bei mindestens 60 Grad oder mit Zugabe von speziellem bakterienreduzierenden Waschmittel gereinigt wird. Die Werkzeuge werden noch auf der Arbeitsfläche mit Desinfektionsmittel eingesprüht und landen anschliessend auf direktem Weg im Ultraschall. Im Kosmetik- und Nail-Bereich gibt es noch keine klar definierten gesetzlichen Vorschriften über die Sterilisation von Werkzeugen. Wer einen Autoklaven mitbenutzen kann, soll dies tun. Und wer vor einer Anschaffung steht, soll sich genau überlegen, ob sich nicht vielleicht die Anschaffung eines dieser neu auf dem Markt erhältlichen handlichen und für Kosmetik-/Nail-Werkzeuge optimal tauglichen „Klein-Heissluftsterilisator“ bezahlbar machen würde.

Alle anderen legen das gereinigte Werkzeug in eine Desinfektionswanne, Kugelterilisator oder UVC-Steribox. Der Hersteller gibt die entsprechende „Einlegedauer“ und Konzentration an.

5 Behälter & Arbeitsmaterial

Die angefassten Döschen und Töpfchen sind trotz Handschuhen kontaminiert. Da viele Viren und Bakterien von einem

Schutzmantel umgeben sind, ist es sinnvoll, die Döschen nicht nur mit Desinfektionsmittel einzusprühen, sondern diese zusätzlich mit einem Wegwerftuch auch abzureiben, denn so werden, wie gesagt, die Hüllen der Mikroben zerstört und die Viren und Bakterien laufen aus. Aber auch den Pilzsporen tut eine zusätzliche „Abreibung“ gut. Was wir mit den Döschen, Pinsel und Aufbewahrungsboxen machen, machen wir auch mit der Tischfläche, UV-Gerät, Fräser sowie der Tischlampe und den Armlehnen unserer Stühle. Ab und zu sollten auch die Füsse der Tische, der Lampen und der Stühle einen Desinfektionsabrieb erhalten.

6 Tischabsaugung & Schubladen

Unter dem Tisch vergesse ich bei mir immer wieder, den Knopf der Tischabsaugung und die Griffe der Tischschubladen mit zu desinfizieren. Dem Hygienefachmann ist dies bei seinem Rundgang natürlich nicht entgangen. Er meinte auch, wir sollten darauf achten, was wir für „Rutschmatten“ oder Trennkörbchen in unsere Schubladen legen beziehungsweise diese regelmässig auswechseln oder desinfizieren!

7 Zahlung

Die Kundin bezahlt bar oder mit Karte. So oder so hinterlässt sie ihre Abdrücke an der Theke und dem Zahlterminal. Es gilt daher für uns, auch diese regelmässig zu reinigen.

8 Getränke

Abgesehen von der Reinigung der kontaminierten Flächen zwischen den Kundenterminen müssen wir zurzeit auch die gebrauchten Kaffeetassen und Getränkegläser umgehend mit über 60 Grad heissem Wasser spülen oder sie in den geschlossenen gehaltenen Geschirrspüler wegräumen.

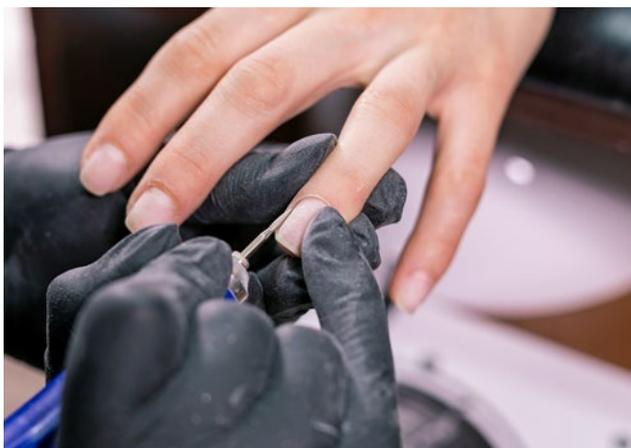
9 Lüften

Was noch bleibt, ist das Lüften des Arbeitsraums. Hier hinterlassen wir selbst unsere belegte DNA am Fenstergriff, die wir natürlich auch von Zeit zu Zeit mit Desinfektionsmittel wegwischen müssen.

10 Private Gegenstände

Mikroben, eigene und erhaltene, befinden sich natürlich auch auf unseren privaten Gegenständen wie Handy und PC-Tastatur sowie den von uns bedienten Geräten im Institut von Kaffeemaschine bis Waschmaschine. Meiner Meinung nach finden wir hier eines der schwächsten Glieder in unserer Reinigungskette. Wie viele von uns müssen nun gerade beim Lesen dieser Zeilen gut überlegen, wann sie das letzte Mal





Die Anschaffung eines Klein-Heissluftsterilisor ist besonders empfehlenswert, da hier eine optimale Sterilisation der Nail-Werkzeuge gewährleistet ist.

ihr eigenes Handy richtig desinfiziert haben? Unter dem Schwarzlicht, das vorhandene Viren, Bakterien und Pilzsporen sichtbar macht, würden die meisten Handys vor lauter Mikroben so hell leuchten, dass wir geblendet wären!

Richtig desinfizieren

Alkohol eliminiert grundsätzlich die Erreger. Da in unseren Berufen auf jeden Fall regelmässig und häufig Hände und Material desinfiziert werden müssen, macht es Sinn, entsprechend geeignete Produkte zu kaufen. Die eigene Haut und die der Kundschaft sind dafür dankbar.

Füllt der Produktlieferant Desinfektionsmittel selbst ab? Tendenziell wahrscheinlich eher nicht. Desinfektionsmittel sind auch jetzt mit Corona einer strengen EU-Kontrolle unterstellt und müssen in der Schweiz vom VBP zugelassen sein. Davon sind Desinfektionsmittel für den Kosmetikbereich nicht ausgenommen. **Wir desinfizieren daher mit DIN-Norm EN 1500. Es empfiehlt sich, Genauigkeit und Dauer strikte zu beachten, weil nur so eine grosse Anzahl Erreger eliminiert werden kann und dabei das Mobiliar und die eigene Haut keinen Schaden nehmen.**

Desinfektionsmittel falsch angewendet, schadet schnell einmal der Haut,

vor allem jetzt, wo die Haut wegen Kälte und Trockenheit von sich aus weniger schnell den Eigenschutz wieder aufbauen kann. Die meisten Ekzeme, die durch die Verwendung von Desinfektionsmittel entstehen, müssen nicht zwingend sein. Viele der heute zugelassenen Desinfektionsmittel sind nämlich bei richtiger Anwendung äusserst hautschonend. **Doch wie werden die Desinfektionsmittel richtig angewendet?** Nutzen Sie die Zeit: Während Sie mit der Kundin reden, können Sie beide das Desinfektionsmittel – gemäss der angegebenen Zeit, die auf der Flasche steht (meist zwischen 20 und 30 Sekunden) – auf ihren Händen und Nägeln verreiben. Sie werden bemerken, dass die eintretende Rückfettung spürbar ist. Zudem werden die Erreger auf den Händen und Nägeln durch die Reibung vorschriftsgemäss eliminiert. Danach sollten Sie unbedingt darauf achten, keine Körperstellen mehr an sich selber berühren: Kein Nase putzen, keinen Juckreiz stillen, keine Hände ins Gesicht oder in die Haare.

Risikofaktor Handschuhe

Unsere Hände desinfizieren wir auch, wenn wir bei der Arbeit Handschuhe tragen. Handschuhe sollen zwar schützen, sind aber nach der Handdesinfektion der zweitgrösste Risiko-

faktor bei der Übertragung von Keimen. Bis zu 16 Prozent aller chirurgischen Handschuhe gehen laut medizinischen Berichten während einer OP kaputt.

Ausserhalb des OP's lauern noch viel mehr Gefahren für Handschuhträger. Bei der Verwendung von Handschuhen sollten wir nie sparen. **Damit auch künstliche Fingernägel die Handschuhe nicht verletzen, muss beim Handschuh auf die Länge und Passform geachtet werden.** Künstliche Fingernägel sind zwar stärker als Naturnägel, dafür in der Regel dumpfer und weniger scharf als Naturnägel. Handschuhe sind darum während des Einsatzes so oder so stets gut zu kontrollieren. Der Berufsverband swiss-naildesign.ch empfiehlt eindringlich, dass bei Handschuhen ganz besonders auf die Qualität geachtet werden sollte, damit sie nicht reissen. Und natürlich, dass die Hände und vor allem auch unter den Fingernägeln gut desinfiziert wird. □



STEFFI BRÜHLMANN

Die Inhaberin der Beauty-Connection GmbH ist Naildesignerin mit Q-Label-zertifizierung und eidgenössischem Fachausweis. Seit 2010 ist sie zudem Präsidentin des Berufsverband der Schweizer Naildesigner/-innen. www.beauty-connection.ch

Foto: Tatiana Chekryzhova/Shutterstock.com; Autorin

Mit *Teamwork* zum *Erfolg*

EHRliche KUNDENKOMMUNIKATION – Sieht man nach der ersten Behandlung gleich einen Unterschied? Wie schnell wirkt dieses Produkt? Das sind oft gestellte Fragen von Kunden im Kosmetikinstitut. Kosmetikerin Isabelle Ritler weiss, dass schöne Haut keine Zauberei vonseiten der Kosmetikerin ist, sondern Teamwork mit den Kunden bedeutet sowie eine ehrliche Kommunikation mit dem Kunden erfordert.



Unsere Kunden wollen schnell sichtbare Ergebnisse. Wir Kosmetikerinnen wissen natürlich, dass das nicht bei allen Wünschen unserer Kunden so einfach umsetzbar ist. Einerseits möchten wir unsere Behandlungen und Produkte ausloben, andererseits die Kunden nicht enttäuschen und lange behalten. Hier sind eine gute Kommunikation und Aufklärung gefragt. Sie sollten nur realistische Versprechen geben und bei

Ihren Kunden unbedingt an ihr Teamwork appellieren, um geknickte Gesichter zu vermeiden.

Der Menschen als Ganzes

Eine individuelle Pflege und die dazu passende Behandlung sind ein Teil vom Puzzle auf dem Weg zu schöner Haut oder deren Jung- und Gesunderhaltung. Der

Zustand der Haut ist immer ein Ergebnis aus mehreren Faktoren: Ernährung, Bewegung, Psyche, Schlaf, Wohlbefinden und allgemeine Gesundheit, Medikamente, Gene (kleiner Teil) und klar, einen wichtigen Beitrag zum Hautzustand leisten die Heimpflege unserer Kunden und die Behandlungen bei der Kosmetikerin. **In unserem Hautzustand spiegelt sich unser Umgang mit uns selbst in der Vergangenheit wider – denn die Haut archiviert**

Foto: Isabelle Ritler

die Spuren unseres Lebens. Und das ist nicht selten etwas fies, denn einige Sünden zeigen sich erst zeitversetzt. Hat der Kunde einen ausgeprägten Sonnenhungrer, kann sich dieser erst zehn bis zwanzig Jahre später mit ledriger, gelber Haut (nur schwer verbesserbar) bemerkbar machen. Eventuelle Hautschäden durch Sonneneinstrahlung verstärken sich mit einer jahrelangen Einnahme der Pille sogar zusätzlich. Die daraus entstandenen Schäden in Form von Pigmentveränderung bleiben den Kunden dann meistens lebenslang beziehungsweise sie müssen damit rechnen, dass ihre Haut immer mit Flecken auf Sonneneinstrahlung reagieren wird. Dieses Beispiel zeigt, dass die Haut des Kunden trotz der richtigen Pflege und tollen Behandlungen im Kosmetikstudio trotzdem schlechter werden kann, weil sich ein negativer Umgang mit der Haut erst Jahre später rächt.

Auch aktuelle Faktoren wie Krankheit, Stress oder Sonnenbrand können negative Spuren auf der Haut hinterlassen. Gute Behandlungen von der Kosmetikerin sind eben nur ein Teil im Puzzle zur schönen Haut. Darum ist es besonders wichtig, dass Sie Ihre Kunden gut aufklären: Nur 20 Prozent unseres Hautbildes sind genetisch bedingt, in erster Linie sind wir selbst für ein gutes Hautbild verantwortlich. Das moti-



Eine Kosmetikbehandlung sorgt für einen Frischekick und einen schönen Glow auf der Haut. Für langfristige Ergebnisse muss die Kundin zu Hause aber bei der Heimpflege mitarbeiten.

viert Ihre Kunden hoffentlich dazu, einen gesunden Lebensstil zu führen, gewisse Gewohnheiten zu überdenken und intensive Hautpflege zu betreiben.

Anamnese und Kundenkartei

Bei einem Ersttermin starte ich immer mit einer ausführlichen Anamnese: Ich führe zunächst eine intensive Hautanalyse durch und trage zusätzlich in meiner Kundenkartei alle Informationen über Gewohnheiten, Gesundheit und Lebensstil der Kunden ein. So sammle ich einen wahren Schatz an Informationen, den ich auch die Kunden-Hautgeschichte nenne. Es ist ein wichtiger Teil der Arbeit der Kosmetikerin, Zusammenhänge zu erkennen und so die Haut des Kunden zu verstehen. Natürlich gelingt dies immer besser, je länger wir den Kunden kennen. **Ich gebe meinen Kunden bei jedem Behandlungstermin immer wieder wertvolle und wichtige Tipps.** Das können manchmal auch nur Kleinigkeiten sein, wie den Kopfkissenbezug regelmässig auf mindestens 60 Grad zu waschen, unreine Gesichtshaut lieber mit Kosmetiktüchern zu trocknen, anstatt mit dem Familien-Frotteetuch oder das Handy täglich zu desinfizieren. Als Kosmetikerin muss ich auch beachten, dass ein Kunde auch ein Recht auf Vergessen hat. Darum macht es Sinn, wichtige Tipps zu wiederholen, denn auch diese kleinen Reminder tragen zu einer schönen Haut bei – wie so oft im Leben muss man auch bei schöner Gesichtshaut

nicht weit suchen, da wertvolle Kleinigkeiten so nah liegen.

Training und Disziplin

Bei der Kosmetik geht es ähnlich wie beim Sport und der Ernährung um eine langfristige Umstellung der Lebensgewohnheiten: Natürlich sieht die Haut nach einer Behandlung anders aus, wir können einen Frischeeffekt und einen tollen Glow auf der Haut definitiv sehen – das können wir unserer Kundschaft auch sofort versprechen.

Aber ein lang anhaltendes Ergebnis sehen wir ähnlich wie beim Sport oder bei der Ernährung eben erst nach einer längeren Zeitdauer. Geht man einmal ins Probetraining oder wechselt von Kaffee mit drei Stück Zucker und Cola auf Wasser, sieht man am nächsten Tag auch nicht anders aus. Bestimmt aber mit Konsequenz nach ein paar Wochen und spätestens nach ein paar Monaten. **Schöne Haut hängt stark damit zusammen, was wir dauerhaft wiederholen.**

Vorbild sein, authentisch sein

Unsere Kunden finden es durchaus sympathisch, wenn wir auch mal einen riesigen Pickel mitten auf der Stirn haben. Das ist menschlich. Gepflegt, eine positive Ausstrahlung und Motivation sollte eine Kosmetikerin im Auftritt aber immer mitbringen. Zeigen Sie Ihren Kunden über Ihre Social-Media-Kanäle, Newsletter oder über

BEWUSSTSEIN AUFFRISCHEN

Manche Selbstverständlichkeiten sind für Kunden oft nicht selbstverständlich genug beziehungsweise sollten noch einmal aufgefrischt und wieder ins Bewusstsein gebracht werden.

Nur wenn die Kunden zu Hause mitarbeiten, hat eine Kosmetikbehandlung nachhaltig Erfolg. Machen Sie Ihre Kunden auf alltägliche Hautsünden aufmerksam wie:

- Mangel an Pflege (oder unpassende Pflege),
- Crash-Diäten,
- zu wenig Wasser trinken,
- Nikotin,
- ständig die Hände im Gesicht und
- zu viel Sonne.





Motivieren Sie Ihre Interessentinnen auf Ihrer Website zum Beispiel mit einer Botschaft.

einen Blog auf Ihrer Website, dass Sie gesund essen, sich selbst Behandlungen gönnen, körperlich aktiv sind, Spass im Leben haben und Ihre Arbeit lieben. Das funktioniert natürlich am besten, wenn es authentisch ist. **Wenn man direkt am Menschen arbeitet, ist es sehr wichtig, sich wohl und fit zu fühlen und mit sich im Reinen zu sein.**

Einen schlechten Tag darf jeder einmal haben, deswegen laufen nicht alle Kunden gleichzeitig weg, aber tragen Sie ein dauerhaftes Unwohlsein mit sich herum, spüren das unsere Kunden. Und diese Aura führt bestimmt nicht zum Erfolg. Setzen Sie doch nach Ihrer Behandlung Ihre Tipps gleich in die Tat um: Bieten Sie Ihren Kunden einen gesunden Snack, zum Beispiel Nüsse und Früchte, anstatt ein Schöngeli. Geben Sie ihr an heissen Tagen eine Flasche Wasser mit auf den Weg.

Knöpfe drücken

Nein, wir Kosmetikerinnen müssen nicht zur Hobby-Psychologin oder Ernährungsberaterin werden, aber wir können Knöpfe drücken. Wenn beispielsweise ein Kunde

immer angespannt und gestresst anrennt, kaum einen freien Platz für den nächsten Behandlungstermin in ihrem Kalender findet und keine Sekunde still liegen kann, spiegelt sich dies nicht selten in Form von Reizungen, Rötungen, Ekzemen und fahler Haut wider. **Auf diese Folgeerscheinung dürfen Sie Ihre Kunden dann gerne aufmerksam machen.** Natürlich sollten Sie dabei sachte und einfühlsam vorgehen. Wenn ein Kunde bei der Anamnese angibt, Süssgetränke in hohen Mengen seien bei ihr an der Tagesordnung, dürfen wir gerne daran erinnern, dass zu viel Zucker nicht nur Zahnprobleme und Übergewicht mit sich bringt, sondern auch ein Trigger für Hautunreinheiten sein kann.

Zusammen stark

In meinem Kosmetikstudio ist es unabdingbar, dass meine Kunden daheim mit den von mir empfohlenen Produkten mitmachen. Natürlich beachte ich dabei das Budget und die Vorlieben der Kunden. Das heisst für mich aber nicht, und das kommuniziere ich auch offen, dass es keine anderen guten Produkte gibt. Aber wenn ich nicht weiss, was der Kunde zu Hause anwendet, arbeiten wir nicht miteinander in die gleiche Richtung. Eine Kosmetikerin kann sich nicht in jedes Produkt einlesen, das ist einfach nicht möglich, und das verstehen unsere Kunden auch. Eine klare Kommunikation über diese Team-Vorgehensweise ist wichtig, hilfreich ist es auch, wenn Sie dies bereits auf der Website kommunizieren.

Meinen Kunden kommuniziere ich das auf der Website so: „Eine Verbesserung und Schönerhaltung der Haut ist eine Zusammenarbeit zwischen Beratung und Behandlung im Kosmetikstudio und Ihrer individuell angepassten Heimpflege. Diese empfehle ich Ihnen direkt beim ersten Termin. Sind Sie bereit, mit mir zusammen an Ihrer Haut zu arbeiten? Gerne bin ich Ihr Partner für schöne Haut.“ Wenn meine Kunden das lesen, ist Ihnen bereits klar, was sie erwartet. Ein schöner Nebeneffekt dieser Vorgehensweise ist dabei, dass diese Information meinen Kunden auf Dauer viel Ärger und Geld erspart, da so Fehlkäufe und verführende Impulskäufe der Vergangenheit angehören.

Spiegel vorhalten

Machen Sie Ihre Kunden auf die Hautsünden wie Mangel an Pflege, Crash-Diäten, Nikotinkonsum etc. aufmerksam. Jetzt sagen Sie vielleicht, das weiss doch jeder. Klar, es weiss wirklich jeder, und doch kann man es nicht oft genug wiederholen. Unsere Kunden haben 1'000 andere Sachen im Kopf und kümmern sich im Leben nicht „nur“ um ihre Haut. Das ist unser Job als Kosmetikerin und meiner Meinung nach ist er nun dann korrekt erfüllt, wenn wir uns trauen zu sagen, was wir sehen: Wir müssen unsere Kunden auf den ungünstigen Umgang mit der Haut aufmerksam machen und einen Pflegemangel ansprechen. **Keiner kann solche Missstände besser analysieren als eine erfahrene Kosmetikerin, die ihren Kunden kennt.** Wir sind es unseren Kunden schuldig, unser Wissen zu teilen. Das ist in jedem Behandlungspreis inklusive. Zudem ist ein solcher Austausch auch viel spannender und zielbringer, als sich über private Probleme und Lebensweisheiten auszutauschen. Bleiben wir fachlich, ist allen geholfen.

Fazit

Nein, Kosmetik bewirkt keine Wunder, wie es so oft in der Werbung versprochen wird. Die Arbeit der Kosmetikerin hilft aber, schöne Haut zu unterstützen, und die Belohnung folgt definitiv bei konstanter Anwendung und Disziplin in Kombination mit den vorher besprochenen Faktoren. **Diese ehrliche Aussage vermeidet enttäuschte Gesichter bei Kunden, die mit Wundervorstellungen zu Ihnen kommen und eine Behandlung buchen.** Und nicht selten kommt es vor, dass sich ein Kunden bei mir bedankt, ich hätte sie zum Laufen oder zur Ernährungsanpassung motiviert. Das sind wunderschöne Extras, die verbinden und Kunden und Kosmetikerin glücklich machen. □



ISABELLE RITLER

Die Kosmetikerin führt seit 15 Jahren erfolgreich ihr Kosmetikinstitut „Belle – Haut im Fokus“ in Luzern. Als ursprünglich kaufm. Angestellte und Marketingfachfrau legt sie Wert auf einen perfekten Auftritt im Netz und eine Fokussierung ihres Angebots auf Gesichtsbehandlungen.

Foto: Isabelle Ritler