

BEAUTY FORUM

VORSICHT VORNEHM

Profi-Behandlung für blasse Haut
ab Seite 12

ONLINE AUFTRITT

7 Tipps zur besseren Kommunikation
ab Seite 52

Dossier:

Healthy Skin

Das beeinflusst und schützt gesunde Haut
ab Seite 34

Micro Silver BG™

cNc
S K I N C A R E

Corona-Viren: Aktuelle Labortests* haben gezeigt, dass **MicroSilver BG™** mit seiner **antiviralen** und **antimikrobiellen** Wirkung die **Hülle** des COVID-19 Erregers **zerstört**.



CNC skincare GmbH
Aeschengraben 13
CH-4051 Basel

Phone: +41-(0) 61 - 27 16 06 0
Fax: +41-(0) 61 - 27 16 06 1

E-Mail: kontakt@cnc-cosmetic.ch
www.cnc-cosmetic.ch



Weiter *gehts!*

„Es hängt von dir selbst ab, ob du das neue Jahr als Bremse oder als Motor benutzen willst.“ Das Zitat von Henry Ford ist doch ein sehr passendes Motto, das Jahr 2021 anzugehen. Wir sollten positiv ins neue Jahr starten, wie immer unser Bestes geben und 2020 hinter uns lassen beziehungsweise nur das mitnehmen, was wir daraus gelernt haben. Zum Beispiel, wie wichtig eine gute Onlinepräsenz ist, um erfolgreich zu sein. Wie Sie sich online am besten präsentieren können, erfahren Sie im Artikel von Sereina Schmidt, **„7 Tipps zur besseren Kommunikation“ ab Seite 52**. Im Artikel **„Digitale Entspannung“ ab Seite 50** können Sie sich einlesen, wie hilfreich für Ihren Arbeitsalltag ein professionelles Webshop- und Reservationssystem sein kann.

2021 stellt sich für Kosmetikerinnen zudem die Frage, welche apparativen Behandlungen Sie nach der NISSG-Verordnung überhaupt noch ausführen dürfen. Dozentin und Institutsleiterin Brigitte Bündler erklärt im Artikel **„Gut kombiniert“ ab Seite 28**, welche Behandlungen weiterhin erlaubt sind.

Ihr Expertenwissen können Sie Ihren Kunden auch unter Beweis stellen, indem Sie Ihnen die Zusammenhänge zwischen einem guten Lebensstil und Hautgesundheit erklären. Damit Sie bei diesem Thema bestens Bescheid wissen, dreht sich im aktuellen **Dossier „Healthy Skin“ ab Seite 34** alles um die Verbindung zwischen Ernährung, Lebensstil und einem schönen Hautbild.

Ich wünsche Ihnen einen entschlossenen Start ins neue Jahr und viel Spass beim Lesen

Nadine Frank

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

**LESEN SIE
AUCH**



**BEAUTY FORUM
MEDICAL 6/2020**

Die Haut:
Aufbau und
Physiologie

Von Zelle zu Zelle:
Wachstumsfaktoren

NiSV, MDR und Co.:
Anwendungen unter
Arztvorbehalt

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



MEIN LESE-TIPP:

Sie sind sich unsicher, wie Sie sich am besten online darstellen sollen, was gut ankommt oder was Sie überhaupt posten sollen? Kommunikationsexpertin Sereina Schmidt erklärt es Ihnen mithilfe ihrer „7 Tipps zur besseren Kommunikation“ ab Seite 52.



GUT KOMBINIERT

Diese apparativen Behandlungen dürfen Sie weiterhin durchführen



Dossier

HEALTHY SKIN

So verhelfen Sie Ihrer Kundin zu gesunder Haut

Inhalt

JANUAR 2021

COMMUNITY

- 6 : News People
- 8 : Schweizerischer Fusspflegeverband/SFPV
Serie: Verbände stellen sich vor
- 10 : Ja, like mich doch!
- 11 : (Sk)Influencer

BEAUTY & CARE

- ▶ 12 : Vornehm, aber Vorsicht!
Pflege für blasse Haut
- 17 : News Pflege
- 18 : Kaviar
Serie: premium beauty, Teil 9
- 20 : Jetzt wissen, was 2021
angesagt ist
Die Beauty-Trends fürs neue Jahr
- 22 : Arbeiten mit Bloggern
Blogger als Marketingstrategie fürs Institut
- 25 : Was würden Sie tun?
Serie: Alltagsprobleme im Institut
- 26 : Powerhilfe für die Haut
Sieben ausgewählte Zellbooster

- 28 : Gut kombiniert
Apparative Verordnung
- 30 : Sauer macht lustig
pH-Wert von Haut und Kosmetika
- 33 : News
Medical Beauty

▶ DOSSIER

- 34 : Healthy Skin Intro
- 36 : Im Gleichgewicht
Homöostase der Haut
- 40 : Fünf Feinde der Haut
5 Faktoren für eine schlechte Haut
- 42 : Hautalterung durch Zucker
aufhalten
Glykation: Auswahl geeigneter Wirkstoffe

- 48 : Ab in die Wanne!
Basische Bäder

LIFE & WORK

- 50 : Digitale Entspannung
Webshop- und Reservationssysteme

- ▶ 52 : 7 Tipps zur besseren Kommunikation
Die richtige Aussenwirkung

STYLE & FASHION

- 54 : Trends im Wandel
Permanent-Make-up-Trends
- 56 : News Style

MESSE

- 58 : Zeigt Euer Können!
BEAUTY FORUM SWISS

IN JEDER AUSGABE

- 3 : Editorial
- 59 : Profi-Shop
- 60 : Ausbildungen
- 64 : Horoskop
- 65 : Impressum, Werbepartner, Vorschau
- 66 : Ganz persönlich

Titelbild:

Make-up-Artistin: Martina Brunner/Blend – Academy of Makeup Artistry
Foto: Martina Brunner
Model: Matilde Trezzi
Make-up-Assistenz: Geneviève Kneubühler



Der Geschäftsführer Horst Robertz (rechts) liess es sich nicht nehmen, den ersten Baum im Babor-Wald persönlich zu pflanzen.

Green AGENDA

Babor | Als Teil der Green Agenda 2025 des Unternehmens entsteht aktuell in der Bergregion Eifel, ganz in der Nähe des Hauptsitzes von Babor in Aachen, der Babor-Wald. Eines der Ziele der Green Agenda ist es, CO₂ nicht nur zu kompensieren, sondern auch den Ausstoss um 50 Prozent zu reduzieren. Ein Baum neutralisiert im Laufe seines Lebens rund 1'000 Kilo CO₂, geplant sind für die rund 100'000 Quadratmeter Waldfläche circa 30'000 Bäume.

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

REBRANDING

Mesoestetic | Die Profi-Kosmetikmarke „Mesoestetic“ unterzieht sich einem Rebranding. Einige Produkte erhalten eine verbesserte oder ganz neue Formulierung der Inhaltsstoffe. Zudem werden alle Verpackungen sowie das Logo neu gestaltet. Ziel des Rebrandings ist es, dass kosmetische Rezeptur, Logo und Packaging eine Einheit bilden. Das neue Logo drückt sich auf eine einfache, elegante und moderne Art und Weise aus und wurde mit dem Ziel entworfen, ein solides Bild von Qualität und zeitlosem Charakter auszudrücken.

Tel. 041 768 80 80, www.swissestetic.ch



Die Marke Mesoestetic unterzieht sich einem Rebranding in Sachen Rezeptur, Verpackung und Logo.

STARKER UMSATZ

Belico | Kosmetikerin Yolanda Pinke hat innerhalb von 12 Monaten durch den Verkauf von Produkten eine Umsatzsteigerung von CHF 7'200.00 erzielt und ist darum aktuelle Gewinnerin des „Best of Beauty“-Wettbewerbs des Unternehmens Belico. Sie erhält von Belico ein Preisgeld in Höhe von CHF 1'800.00 zur Verschönerung ihres Institutes. Mehr Informationen zum Erfolgswettbewerb sowie zu Produkt- und Konzeptinformationen finden Sie auf der Website:

www.belico.ch



Kosmetikerin Yolanda Pinke ist aktuelle Gewinnerin des „Best of Beauty“-Wettbewerbs.



Die Profi-Reinigungslinie „Expert Cleanse Pro“ entspricht zertifizierten Standards.

NACHHALTIG PRODUZIERT

Skeyndor | Die neu in der Schweiz erhältliche „Expert Cleanse Pro“-Reinigungsreihe der Profi-Kosmetikmarke Skeyndor wurde nachhaltig produziert und mit umweltverträglichen Produkten hergestellt. Die Reinigungslinie zeichnet sich durch eine nachhaltige Produktion, biologisch abbaubare Rohstoffe und recycelte/wiederverwertbare Verpackungen aus. Die Marke Skeyndor hat ausserdem ein Commitment abgegeben, bis ins Jahr 2030 bei all ihren Produkten diese Standards, betreffend Verpackung, Recycling, Wirkstoffe und CO₂-Abgaben, erfüllen zu wollen.

Tel. 044 772 22 76, www.l-adresse.ch

Starker Partner!

Verbände
stellen
sich vor

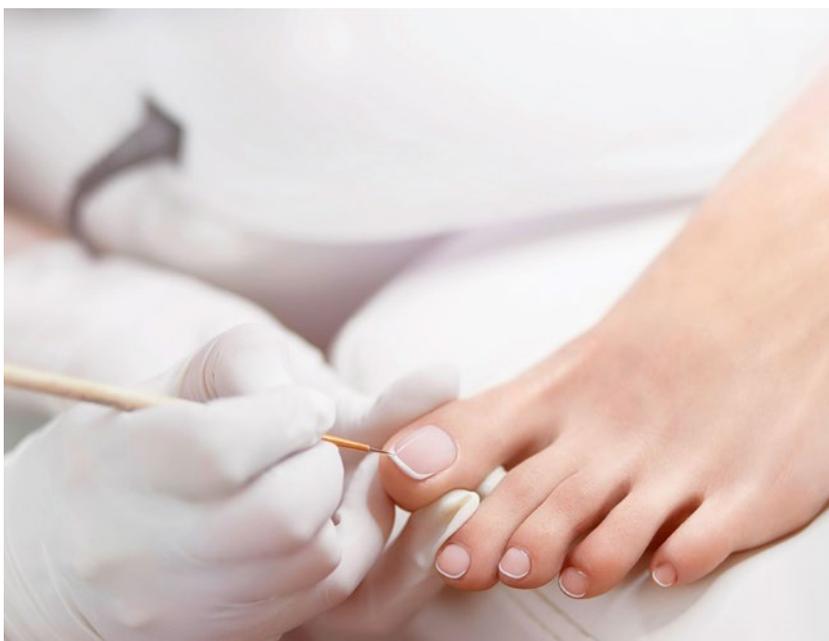
SCHWEIZERISCHER FUSS- PFLEGEVERBAND/SFPV –

Der schweizerische Fusspflegeverband setzt sich seit über 20 Jahren als Berufsverband für qualifizierte und zertifizierte Fusspfleger/-innen in der Schweiz ein.

Der schweizerische Fusspflegeverband (SFPV) kümmert sich um die kontinuierliche Interessensvertretung für den Berufsstand der Fusspfleger/-in Bezug auf Rechtsfragen oder Öffentlichkeitsarbeit, um unter anderem auch das Ansehen und die Akzeptanz bei Konsumenten und Behörden zu stärken. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist der Verband die richtige Anlaufstelle. Wir engagieren uns in allen Belangen der Fusspflege für Sie.

Mit Niveau arbeiten

Professionelle Fusspflege beinhaltet mehr als nur Nägel kürzen – das Handwerk will von Grund auf gelernt sein, wenn man auf dem heutigen Beauty-Markt erfolgreich sein möchte. Mit einer speziellen Fachausbildung sind die besten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Tätigkeit sowohl in der mobilen Fusspflege als auch in der eigenen Fusspflegepraxis oder als Mitarbeiter/-in gegeben. Das Handwerk der professionellen Fusspflege vereint ein umfassendes



Wissen über Anatomie, Physiologie, Hygiene und praktisches Können. Der schweizerische Fusspflegeverband hat dazu ein Ausbildungskonzept erarbeitet, das von verschiedenen Fachschulen bereits erfolgreich umgesetzt wird. Diese vom Verband zertifizierten Fachschulen bieten Diplom-Kurse mit mindestens 100 Ausbildungsstunden an.

Lohnende Mitgliedschaft

Der Verband bietet seinen Mitgliedern viele Vorteile und Vergünstigungen:

- Nach erfolgreicher Kontrolle erhalten Mitglieder die Berechtigung zur Titelführung „Dipl. Fusspflegerin SFPV/Dipl. Fusspfleger SFPV“.

- Es besteht die Möglichkeit, einer kostengünstigen kollektiven Betriebshaftpflichtversicherung beizutreten.
- Ein Aktivmitglied kann sich einer Partner-Pensionskasse anschliessen.
- Bei Finanz- und Versicherungsfragen steht Ihnen die Finanzberatungs-Kanzlei des Verbands zur Seite.
- Rechtsberatung im Bereich der kosmetischen Fusspflege wird durch den Verbands-Anwalt abgedeckt.
- Mitglieder profitieren von vergünstigten Weiterbildungen und Kursen an den vom Verband zertifizierten Schulen.
- Fünf Mal pro Jahr publiziert der Verband den SFPV-Express mit den neuesten Informationen und interessanten Fachbeiträgen.



Achtung: Fusspflege ist nicht zu verwechseln mit Podologie, die sich der medizinischen Behandlung von Fussbeschwerden widmet.

- Es werden verschiedene vom Verband organisierte Anlässe geboten, um sich auszutauschen und zu vernetzen, zum Beispiel die Generalversammlung, die regionalen Treffen oder Ausstellungen.
- Der Verband unterstützt Sie kompetent in allen Bereichen der Fusspflege. Er ist Ansprechpartner für praxisorientierte Beratung, Abklärungen und Empfehlungen.

Aufnahmekriterien des SFPV

Der Verband nimmt vor der Aufnahme eine Ausbildungskontrolle vor, um sicherzustellen, dass der Verband ausschliesslich aus gut qualifizierten Mitgliedern besteht. Dazu findet bei den potenziellen Mitgliedern eine Qualifikation der Praxisräume oder der Ausrüstung für Hausbesuche statt. Der Verband berät Mitglieder zudem beim Start in die Selbstständigkeit. Folgende Kriterien werden abgefragt:

1 Sie sind ausgebildete/r Fusspfleger/-in:

Eine qualifizierte Aus- und Weiterbildung von mindestens 100 Stunden muss mit einem Diplom/Kursausweis belegt werden.

2 Teilnahme an einer Praxis-Qualitätssicherung:

Jedes Neu-Mitglied wird auf Voranmeldung besucht und auf die Mindestanforderungen bezüglich Hygiene, Ausrüstung und räumliche Kriterien geprüft.

Danach erhalten Sie die Urkunde als zertifiziertes und kontrolliertes SFPV-Mitglied und können mit dem Titel „Diplomierte Fusspflegerin SFPV/Diplomierter Fusspfleger SFPV“ bei Ihren Kunden werben. Folgende Kriterien

WAS UMFASST FUSSPFLEGE?



Professionelle Fusspflege beeinflusst nicht nur die Fussgesundheit, sondern den gesamten Bewegungsapparat. Fusspflege, auch bekannt als Pediküre oder Pedicure, bezeichnet die wohltuende und kosmetische Behandlung von Füssen.

Eine komplette professionelle Fusspflege kann umfassen:

- Beratung bei Fussbeschwerden,
- Fussbad,
- Nagel- und Hautbehandlungen,
- Fussmassage,
- Nägel lackieren,
- Wellnessbehandlungen.

kommen bei der Praxis-Qualitätssicherung zum Tragen:

- **Räumlichkeiten:** Gesamteindruck und räumliche Abgeschlossenheit, Bodenbelag (Parkett, Keramikplatten und so weiter), Beleuchtung, Waschgelegenheit und Toilette.
- **Arbeitskleidung empfohlen:** Berufskleidung, Handschuhe, Mundschutz, Schutzbrille.
- **Inventar:** Instrumentenreinigung (Ultraschall oder Desinfektionsbad), Sterilisationsgerät (Heissluft-Sterilisator oder Autoklav), Instrumentenaufbewahrung (geschlossen), Mindestanzahl der Instrumente und Fräser (je drei Sätze), Reinlichkeit der Arbeitsgeräte

All diese Kriterien haben zum Ziel, eine möglichst hohe Kundenzufriedenheit bei allen Fusspflegerinnen und Fusspflegern zu erreichen. Nur zufriedene Kunden kommen zurück und empfehlen uns weiter.

3 Abschluss einer Betriebshaftpflicht-Versicherung:

Eine günstige kollektive Betriebshaftpflicht-Versicherung können Sie entweder über uns oder eigenständig bei einem anderen Versicherungsanbieter abschliessen.

Eine Betriebshaftpflicht ist für die Mitgliedschaft obligatorisch, damit ein ordentlicher Betrieb in rechtlich abgesicherter Form gewährleistet ist. Der Abschluss einer Betriebshaftpflicht-Versicherung wird bei der Praxis-Qualitätsprüfung mit der Unterschrift bestätigt.

Als Mitglied des schweizerischen Fusspflegeverbandes haben Sie einen starken Partner, der Ihnen stets hilfreich zur Seite steht. □



Der schweizerische Fusspflegeverband
Wisacherstrasse 2a
8182 Hochfelden
Tel. 0840 088 088
www.fusspflegeverband.ch

#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.



(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 12. Januar

WEDDING BEAUTY

Eine Braut möchte an ihrem grossen Tag die beste Version von sich selbst sein. Daher ist es wichtig, dass sie von der Kosmetikerin bestens betreut wird und alles perfekt auf sie abgestimmt ist. Auf was Sie bei einer Braut alles achten müssen – von der richtigen Kommunikation bis zum typgerechten Make-up –, erklärt Kosmetikerin Christina Wenst.

Referentin:
Christina Wenst

Weiteres Online-Seminar:
Microneedling für frische Frühlingshaut, Referentin: Sara Hennemann, online abrufbar ab 9. Februar

MEDICAL



Online ab 23. Februar

SO STRAFFEN SIE CELLULITE IM INSTITUT

Cellulite ist eines der meist verbreiteten Beauty-Probleme. Auch schlanke Frauen, Sportlerinnen und Models bleiben nicht verschont vor den unschönen Dellen. Sie erfahren, mit welchen Behandlungen und Behandlungskombinationen Sie im Institut für ein feineres, glatteres und strafferes Hautbild bei Ihrer Kundin sorgen.

Referentin:
Giedre Rasche

Weiteres Online-Seminar:
Immunsuppression durch die Sonne, Referentin: Dr. Meike Streker, online abrufbar ab 20. April

BUSINESS



Online ab 14. Januar

WHATSAPP: BESSER ALS E-MAIL UND TELEFON?

Kunden sind schwer per Telefon erreichbar, und E-Mails werden schnell übersehen. WhatsApp-Business und weitere Vorkehrungen machen es möglich, eine gewinnbringende Kommunikation für Sie und Ihre Kundinnen anzubieten. WhatsApp-Experte Michael Elbs erklärt, wie Sie den Chat nutzen können.

Referent:
Michael Elbs

Weiteres Online-Seminar:
Erfolgsfaktor Stimme – so überzeugen Sie!, Referentin: Barbara Blagusz, online ab 10. Februar

NAIL



Online ab 18. Februar

JETZT ERST RECHT! MENTALE STÄRKE

Das Jahr 2020 hat Ihnen viel abverlangt. Gute Nerven und mentale Stärke sind wichtig, um mit voller Power 2021 anzugehen. Im Tutorial erfahren Sie von Lifecoach Bettina Hillemacher, wie es Ihnen gelingt, positiv und mit vollem Elan in die Planung und Umsetzung Ihrer geschäftlichen Ziele für 2021 zu starten.

Referentin:
Bettina Hillemacher

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

Gut kombiniert

APPARATIVE VERORDNUNG – Die neuen Gesetzesvorlagen im apparativen Kosmetikbereich schlagen Wellen und verunsichern Kosmetikerinnen. Kosmetikerin und Dozentin Brigitte Bündler erklärt, wie sich Kosmetikerinnen durch ihr Fachwissen und noch erlaubten Gerätekombinationen auch zukünftig beweisen können.



Apparative Kosmetik hat in den letzten Jahren die Kosmetikinstitute erobert und ist in der Beautybranche nicht mehr wegzudenken. Denn die anspruchsvolle Kundschaft erwartet heute weit mehr als eine klassische Gesichtsbehandlung.

Sie kennt die Wirkung von apparativer Kosmetik sehr genau und erwartet sofortige Effekte. Nun wirbeln die neuen Gesetzesvorlagen viel Staub auf und bringen die Branche erst mal in Bedrängnis mit den verschärften Vorgaben und Reglementen zu apparativer Kosmetik. Wir Kosmetikerinnen stellen uns da natürlich die Frage,

ob wir die Kundenbedürfnisse so zukünftig noch abdecken können.

Sie sind Hautpflegeexpertin

Ja, wir können! Wir bleiben unangefochten die Spezialistinnen für gesunde, schöne Haut und Nägel! Die neue Verordnung regelt in erster Linie detailliert die Erfordernisse für die Anwendung von Laserbehandlungen. Instituten, die auf Laserbehandlungen spezialisiert sind, bleibt jedoch genügend Zeit, die erforderlichen Sachkundenausweise zu erlangen (dies gilt unter anderem auch für Radiofrequenz und

US). Für die meisten Kosmetikerinnen ist dies somit weit weniger einschränkend, als erst einmal befürchtet. Viele Behandlungen sind auch weiterhin möglich, und eine versierte Kosmetikerin wird sich auch dann auf dem Markt behaupten können.

Wir müssen uns künftig noch mehr auf unser fundiertes Fachwissen und unsere Erfahrungen mit bewährten apparativen, weiterhin erlaubten Behandlungsmethoden konzentrieren, um die anspruchsvolle Kundschaft zufriedenzustellen. Gefragt sind hochwirksame Kosmetik- und Pflegeprodukte mit pharmazeutischen, kosmetischen Wirkstoffen,

in höchstmöglichen Dosierungen, die sich für die Kombination apparativer Behandlungsmethoden im Kosmetikinstitut eignen. Mit unserem Wissen über die verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten und die unterschiedlichen Kombinationsmöglichkeiten kann unser Angebotsportfolio durchaus mit dem Angebot beim Dermatologen konkurrieren. On top bieten wir Kosmetikerinnen unseren anspruchsvollen Kunden neben einer professionellen Behandlung von Kopf bis Fuss auch eine kleine Auszeit vom stressigen Alltag. Durch diesen Entspannungsfaktor kann sich der Besuch im Kosmetikinstitut zusätzlich vom Besuch beim Dermatologen abheben.

Alternativen bieten

Doch was für Möglichkeiten bleiben uns mit den neuen Gesetzesänderungen noch? Wir Kosmetikerinnen benötigen heute mehr Know-how, was die Inhaltsstoffe, ihre Anwendung und Wirkung auf der Haut verlangt – dafür sind die Ergebnisse dank der neuen innovativen Wirkstoffkombinationen hervorragend.

Sehr gut umsetzbar sind Peelings in Kombination mit Apparaten: Kombinationen von chemischen Peelings, zum Beispiel mit Mikrodermabrasion, Microneedling, Nass-Abrasion, kaltem Plasma, Hochfrequenz, Mesoporation, Ultraschall, CO₂, Radiofrequenz, sind hochwirksam und weiterhin erlaubt – und so mancher Laserbehandlung vorzuziehen. **Auch bei Bodytreatments sind viele Kombinationen anwendbar:** Im Body-Bereich gibt es nur wenige Einschränk-



Für gute Ergebnisse eignet sich zum Beispiel die Kombination eines chemischen Peelings mit einer Mikrodermabrasions-Behandlung.

ungen, Technologien wie Kryolipolyse, Elektromagnetwellen sind für Kosmetikerinnen weiterhin erlaubt, können bestens kombiniert werden und stehen medizinischen Behandlungsmethoden in nichts nach.

Die Fortschritte in der medizinischen Wissenschaft und kosmetischen Forschung ermöglichen uns Kosmetikerinnen als Hautspezialistinnen ein Skin Resurfacing – auch ohne Laser! Die Zukunft liegt für uns in der optimalen Kombination von nicht invasiven Behandlungsmöglichkeiten:

- **Peelings:** Die neueste Generation der chemischen Peelings ist bei korrekter Anwendung reizarm und die spezifischen pharmazeutischen Wirkstoffe werden oft mit Vitaminen, Antioxidantien, Aminosäuren und Entzündungshemmern kombiniert. Einige Hersteller haben sich auf die Anwendung bei sehr sensibler oder dunkel pigmentierter Haut spezialisiert, und somit sind uns in der Kabine, mit unserer multikulturellen Kundschaft, keine Grenzen mehr gesetzt. Wir sind immer noch die Hautprofis und bieten unserer Kundschaft mit minimalinvasiven Behandlungen Lösungen für die meisten Hautprobleme oder Wünsche an!
- **Pigmentverschiebungen und Aknenarben:** Mikrodermabrasion vor oder nach einem chemischen Peeling angewendet (je nach Hautbeschaffenheit), verstärkt die Wirksamkeit und garantiert auch bei

seit Jahren bestehenden Pigmentverschiebungen oder Narben ein zufriedenstellendes Ergebnis. Die modernen Resurfacing-Produkte sind auch bei sehr sensibler Haut anwendbar und durch spezifische Inhaltsstoffe wie Säuren, beispielsweise Kojisäuren, die in verschiedenen Pilzen vorkommt, Retinol, Peptiden und Stammzellen sehr wirkungsvoll. Je nach Hersteller kann die Wirkung der Fruchtsäure durch das Auftragen mehrerer Schichten, die Auftragechnik, beispielsweise mit Gazetupfern oder durch Einmassieren, verstärkt werden. Optimale Ergebnisse erreichen wir durch eine auf die Kabinenbehandlung abgestimmte Heimpflege.

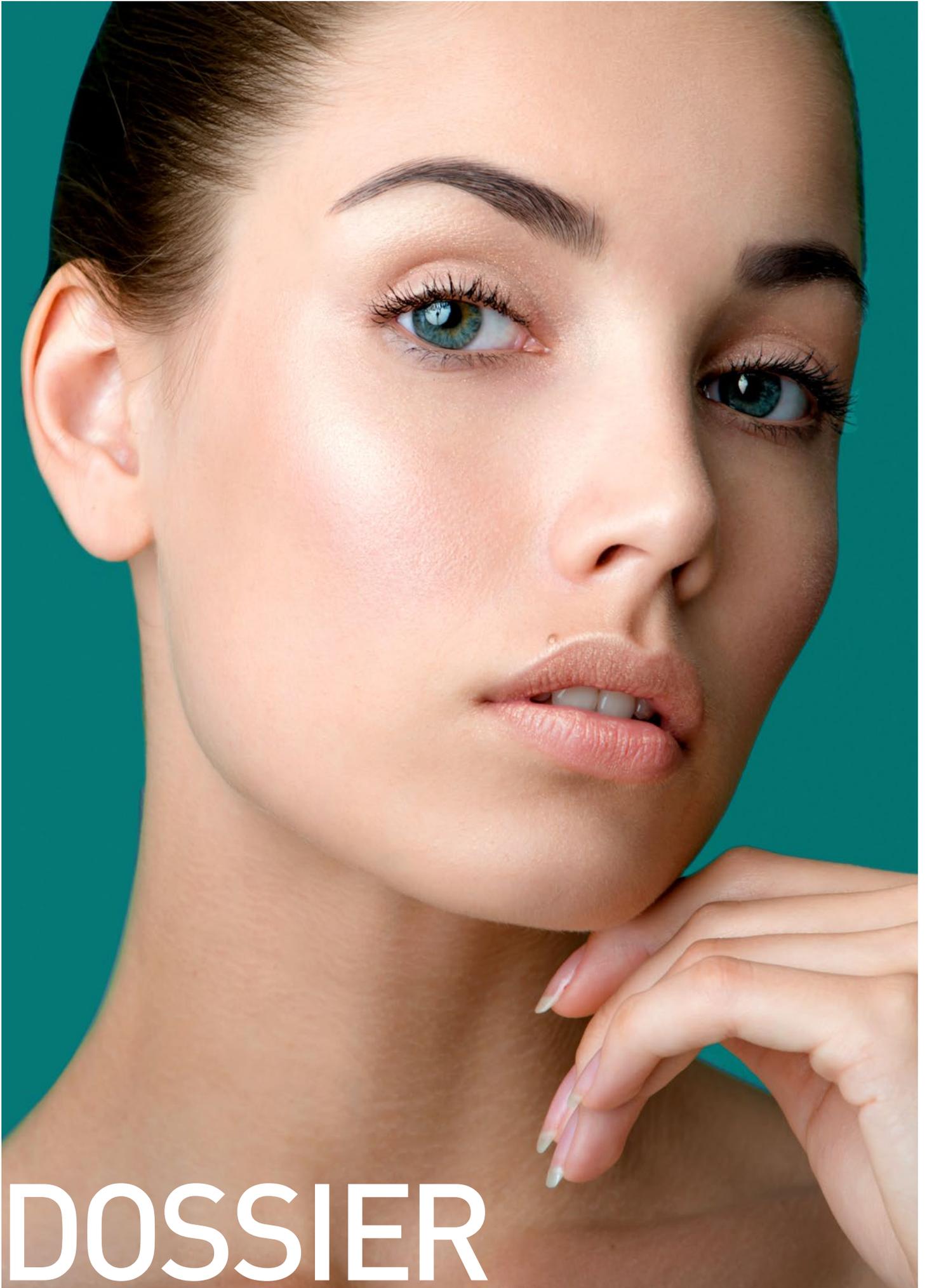
- **Akne:** Auch hier hat sich viel getan in den letzten Jahren. Innovative Produkthersteller haben sich auf die Entwicklung von chemischen Peelings konzentriert, die bei allen Hauttypen angewendet werden können. Hochfrequenz, kaltes Plasma und CO₂ sind in der Kombination unschlagbar, und mit hochwirksamen Cosmeceuticals für die Heimpflege sind wir vielseitiger unterwegs als die meisten Dermatologen.
- **Anti Aging:** Kosmetikerinnen sind die unschlagbaren Anti-Aging-Spezialistinnen und verfügen über das nötige Know-how, um eine gute Hautqualität ein Leben lang zu erhalten. Auch hier kombinieren wir seit Jahren wirksame Wirkstoffe wie Hyaluronsäure, Vitamine, Peptide, Retinol und vieles mehr, um nachgewiesen die Produktion von Kollagen und Elastin am Laufen zu halten. Heute lassen sich diese Wirkstoffe optimal mit Chemical Peels, Microneedling, Mikrodermabrasion, Mesoporation, CO₂, Radiofrequenz und Ultraschall kombinieren. □



Mehr zur Verordnung NISSG können Sie im Artikel „Laser & Co. – was ist erlaubt?“ auf unserer Website www.beauty-forum.ch oder in Ausgabe 5/2020 nachlesen. Hier erfahren Sie, welche Behandlungen Sie ab dem 1. Juni 2024 nur noch mit einem Sachkundenachweis ausführen dürfen.



BRIGITTE BÜNDLER
ist Dozentin, Kosmetikerin und eidg. Managerin Gesundheitstourismus und Bewegung HSLU. Bis 2020 war sie im Vorstand des SGMK. Aktuell leitet Sie das Institut/Weiterbildung „Medical Beauty Park Luzern“. www.medicalbeauty-luzern.ch



DOSSIER

Healthy *Skin*

» DAS BEEINFLUSST UND SCHÜTZT GESUNDE HAUT «

Gesundheit und Haut – zwei Themen, die unweigerlich miteinander zusammenhängen. Nur eine gesunde Kundin hat eine gesunde Haut und strahlt somit von innen nach aussen. Auf den kommenden Seiten lesen Sie, wie Sie Ihrer Kundin zu gesunder Haut verhelfen können.



BEREITS ERSCHIENEN:

- 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
- 11/2020 Von Frau zu Frau
- 12/2020 Match Maker

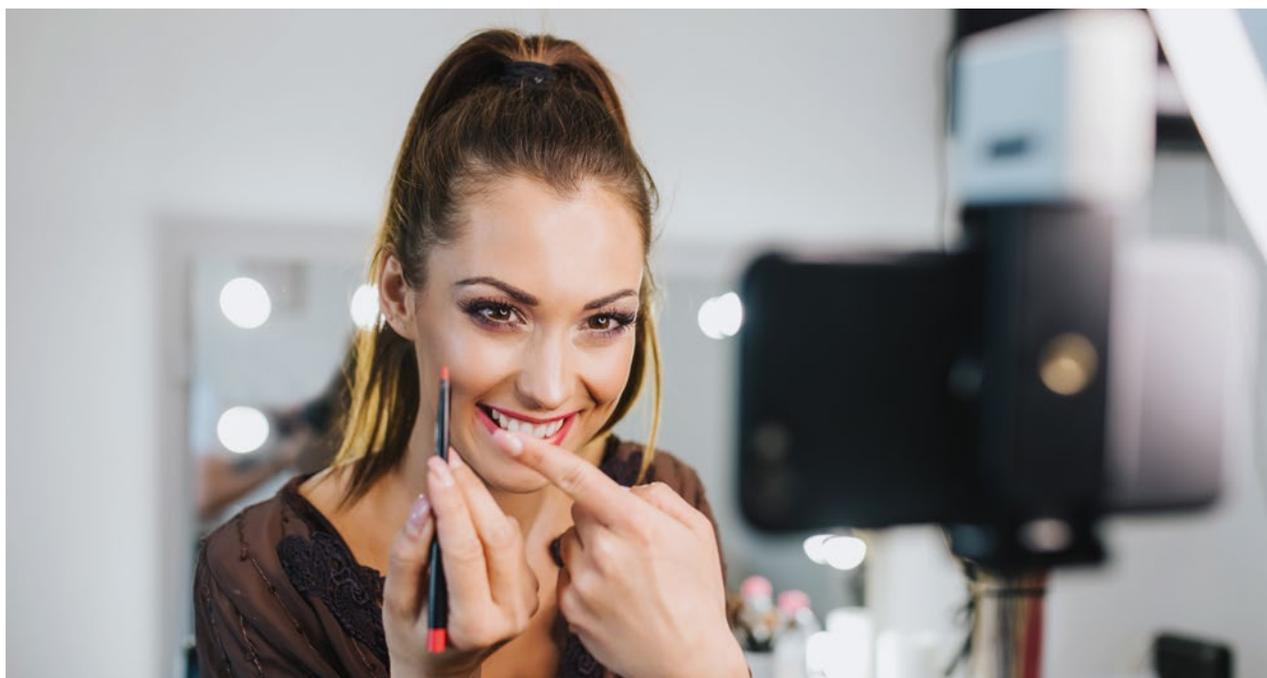


NÄCHSTE AUSGABEN:

- 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
- 10/2021 Fantastic Skin in Fall
- 11/2021 Herausforderung Haut
- 12/2021 Wonderful Skin in Winter

7 Tipps zur besseren *Kommunikation*

DIE RICHTIGE AUSSENWIRKUNG – Ihren Ruf haben Sie sich über längere Zeit aufgebaut. Aber wie stabil ist er? Und schaffen Sie es mit Ihrem guten Ruf, noch mehr Kunden anzuziehen? Denn egal, wie gut Sie arbeiten: Ohne die richtige Kommunikation wird niemand davon erfahren. Kommunikationsexpertin Sereina Schmidt gibt Ihnen Tipps, wie Sie sich richtig vermarkten.



Die Beautybranche ist eine der Branchen, die mit starken Vorurteilen zu kämpfen hat. Das Image, das wir von der Schönheitsbranche haben, ist oft einseitig und entspricht nicht immer der Realität. Warum ist das so?

Wir alle machen uns unsere eigenen Bilder von einem Unternehmen, einer Organisation, einer Branche

oder einer Person. Es ist das Bild, das durch die Kommunikation (oder fehlende Kommunikation) des Unternehmens oder der Branchenorganisation entsteht. Es sind unsere persönlichen Berührungspunkte über Kommunikationsmittel oder eigene Erfahrungen, aufgrund derer wir entscheiden, wie wir das Unternehmen „sehen“ und einordnen.

Image der Beautybranche

Wir ordnen der Schönheitsbranche sehr gerne folgende Attribute zu:

- Sie ist oberflächlich, überschminkt die Realität.
- Das Ganze ist künstlich, die Natürlichkeit ist weggeliftet.
- Es geht nur ums Schminken und teure Produkte.
- Es ist für die Schönen und Reichen.

– Umweltschädlich, keine umweltfreundlichen Produkte.

Natürlich entspricht dies nicht der Realität. Warum ist das Image der Beautybranche aber so einseitig? Die Kommunikation der Branche (eines überwiegenden Teils) konzentriert sich hauptsächlich auf das Vermarkten der Produkte und Dienstleistungen.

Sehr oft wird dabei zusätzlich zu Models oder Bildmaterial gegriffen, die eine Wunschrealität oder eine künstliche Welt darstellen. Damit wird ein bestimmtes Bild vermittelt. Dieses Bild wird durch besonders laute Player übertragen: Organisationen, Unternehmen, bekannte Persönlichkeiten und Influencer, die regelmässig kommunizieren und den Fokus voll auf den Schönheitsaspekt legen.

Das Können vermarkten

Vergessen wird oft, neben dem „Schönheitsteil“ auch den „Gesundheitsteil“ und damit die Kompetenz, das Wissen und den Nutzen für die Kundinnen und Kunden zu kommunizieren.

Dadurch ist nicht präsent, dass diese Branche vielen Menschen durch ihre Dienstleistung und ihr Fachwissen zu mehr Selbstvertrauen und Selbstsicherheit verhilft (zum Beispiel nach einer erfolgreichen kosmetischen Aknebehandlung) oder dass eng mit Dermatologen und weiteren Ärzten zusammengearbeitet wird. Dass Produkte ständig weiterentwickelt, neues Wissen angeeignet und das Personal geschult wird. Schön und gut, was kann man nun aber tun, um die eigenen Kundinnen und Kunden oder die Öffentlichkeit mehr auf diesen Aspekt aufmerksam zu machen und das eigene Image zu verändern?

7 Tipps für eine bessere Kommunikation:

1 **Analysieren Sie als Unternehmen Ihre eigenen Werte und Ihre Positionierung.** Was ist Ihnen wichtig? Was macht Sie aus? Wen wollen Sie ansprechen? Was wollen Sie bewirken? Erklären Sie bereits,

„warum“ Sie etwas tun, und nicht nur, „was“ Sie genau tun?

2 **Überprüfen Sie Ihre Öffentlichkeitsarbeit und Ihre Marketingkommunikation.** Was und wie kommunizieren Sie? Entspricht die Kommunikation (Bild, Ton, Text, nonverbale und verbale Kommunikation vor Ort) dem, was Sie wirklich vermitteln wollen? Kommunizieren Sie genug und auf den richtigen Kanälen (offline und online)?

3 **Sind Sie nah- und fassbar?** Erzählen Sie Ihren Kundinnen und Kunden auch die Zusammenhänge, lassen Sie hinter die Kulissen blicken und zeigen Sie die Persönlichkeiten, die hinter der Arbeit stecken? Heutzutage werden Beziehungen wieder wichtiger. Wenn ich als Kunde zwischen zwei vergleichbaren Angeboten wählen kann, entscheide ich mich vermehrt wieder für das Angebot, bei dem ich mich besser aufgehoben fühle und bei dem ich eine positive Beziehung zu meinem Dienstleister aufbauen kann.

4 **Positionieren Sie sich als Expertin in Ihrem Bereich,** indem Sie Fachwissen kommunizieren und aktiv Themen besetzen. Das heisst, verkaufen Sie nicht nur Ihre Dienstleistungen und Produkte, sondern erklären Sie zum Beispiel auch den Einfluss von Stress auf die Haut. Treten Sie vor die Kamera, verfassen Sie Beiträge zu „Wie man die Haut im Sommer pflegt und so weiter.“ Je mehr Sie Wissen „gratis“ herausgeben und regelmässig präsent sind, umso besser werden Sie aufgefunden und als Experte erkannt.

Das schafft Vertrauen und kann ausschlaggebend für neue Kundinnen und Kunden sein.

5 **Schulen und sensibilisieren Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** verstärkt auf den Umgang mit Kundinnen und Kunden und die eigene Wirkung, die durch Verhalten und Kommunikation (vor Ort oder auch in den sozialen Medien) erzeugt wird.

6 **Fordern Sie Ihre Kundinnen und Kunden auf, Sie und Ihre Dienstleistungen aktiv online zu bewerten.**

7 **Publizieren Sie „Fälle“ und wie diese abgelaufen sind** (mit welchem Wunsch/Problem ist der Kunde gekommen, wie haben Sie ihm geholfen).

Der gute Ruf

Das klingt jetzt vielleicht alles banal. Fakt ist jedoch, dass genau diese Punkte meistens „vergessen“, als nicht relevant oder nutzlos abgetan werden. Man konzentriert sich auf coole Kampagnen und schöne Bilder und meint, dass „andere“ sei ja sowieso klar. Mitnichten. **Authentizität und Persönlichkeit werden vermehrt wichtig.** Zudem sind wir durch Social Media und weitere gesellschaftliche Entwicklungen zu einer Mitsprachegesellschaft geworden. Sehr schnell kommentieren, beurteilen und verurteilen wir heutzutage Personen und Organisationen online. Es braucht nicht mehr viel, bis wir in die Tasten greifen und unsere Meinung kundtun. Ist ein Unternehmen zu diesem Zeitpunkt nicht bereits stark verankert und kommuniziert regelmässig auf verschiedenen Kanälen, können einzelne Kommentare schnell vernichtend werden.

Sie zementieren ein Bild, das einem vielleicht gar nicht entspricht. Daraus ergibt sich neben dem schlechten Image durch die Multiplikation unterschiedlicher Meinungen und Wahrnehmungen von vielen Personen, ein schlechter Ruf. Ist das erst geschehen, können Sie sich das positive Image schnell abschminken. Denn man sagt nicht umsonst: der Ruf eilt einem voraus. □



SEREINA SCHMIDT

Die Unternehmerin hat 2012 die familiengeführte Kommunikationsagentur übernommen. Die Beraterin und Rednerin hat an der Universität in Lugano Kommunikationswissenschaften studiert und mit einem CAS in Organisationsentwicklung ergänzt. www.schmidt.ch

Trends im Wandel

PERMANENT MAKE-UP

TRENDS – Was hat sich verändert? Gibt es neue Trends und Entwicklungen? Einen Überblick über die Make-up Trends der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft finden Sie auf den folgenden Seiten.

Als in den frühen Neunzigern Permanent Make-up auf den deutschsprachigen Markt kam, hat sich wohl niemand diesen lang anhaltenden und stetig wachsenden Erfolg träumen lassen. Die Dienstleistung steckte damals regelrecht in den „Kinderschuhen“. Die Zielgruppe beschränkte sich vorwiegend auf Prominente und Geschäftsfrauen. Heute sind es längst nicht mehr nur Stars oder moderne Karrierefrauen, die sich das allmorgendliche Schminken ersparen und ihre natürliche Schönheit durch ein Permanent Make-up betonen. Im Gegenteil: **Immer mehr Frauen jeden Alters und jeder Gesellschaftsschicht schätzen inzwischen die zeitlose Attraktivität eines Permanent-Make-up.** Auch wenn professionelle Anbieter ihre Dienstleistung eher als Basis eines Make-ups statt als dekorativen Schminkersatz sehen, so gibt es inzwischen doch neue, beliebte Trends.

Die wichtigsten Trends

Früher waren dünne Augenbrauen, die eher „wie ein Strich“ aussahen, sehr modern. Heute wünschen sich Frauen eher dichte, sogar buschige Augenbäuen. Sogenannte **„Powder brows“** stehen ganz oben auf der Kundenwunschliste. Wie der Name schon verrät, zeichnet sich dieser Trend durch eine leichte, pudrige Schattierung aus, die die feinen Härchenzeichnungen plastischer hervorhebt. Dieser Trend ist im Grunde für



„Lippen-PMU trennt die „Spreu vom Weizen.“

jede Kundin geeignet. Wenn zum Beispiel keine natürlichen Härchen mehr vorhanden sind, ist diese Methode fast schon zu bevorzugen. Denn sie lässt die Kontur der Härchen nahezu verschwinden und durch die pudrige Schattierung wird die Augenbraue dann „rund“ und harmonisch.

Vollschattierung

Im Gegensatz zur natürlichen Härchenzeichnung zeichnet sich dieser Trend durch

einen dekorativeren Look aus – die Augenbraue dominiert im Gesicht und fügt sich nicht weich und harmonisch ein. Obwohl dieser Trend sich eher für die junge Frau eignet, wünschen häufig auch ältere Kundinnen diese Methode. Hier ist die kompetente Beratung der Permanent-Make-up-Expertin gefragt und meist entscheiden sich spätestens nach der Vorzeichnung viele Kundinnen für die von der Expertin vorgeschlagene Methode.

Der dekorative Lidstrich

Eine grosse Trendwende haben besonders die Lidstrich-Pigmentierungen erfahren. Wurden in den Anfangsjahren fast aus-