

BEAUTY FORUM



BEAUTY QUICKIES

Behandlungen für
schnelle Ergebnisse
ab Seite 12

VERKAUFEN IM ADVENT

5 Strategien für eine
erfolgreiche Weihnachtszeit
ab Seite 48

Dossier:

Hautalarm

Kosmetische Massnahmen bei Problemhaut
ab Seite 28

Der deutsche Marktführer im Bereich der apparativen Kosmetik stattet Sie mit hochwirksamen Technologien aus



Wir, die SHR Germany, sind ein international agierendes Unternehmen mit Sitz in Hilden bei Düsseldorf und stolz darauf, ein marktführender Innovationsträger von laser- und lichtbasierten Technologien sowie revolutionären Lösungen im Bereich der apparativen Kosmetik, Ästhetik und Dermatologie zu sein. Durch eine enge Zusammenarbeit mit diversen Kosmetikinstitutionen, Wellnesszentren und Arztpraxen besteht ein regelmäßiger Erfahrungsaustausch. Mit Hilfe des kompetenten Entwicklungsteams und dank intensiver Forschungsarbeit in der hausinternen Werkstatt erzielen wir eine kontinuierliche Verbesserung unserer Behandlungssysteme, basierend auf dem neuesten Erkenntnisstand. Über 52.000 Kosmetikinstitutionen, Arztpraxen und Wellnesszentren aus über 56 Ländern vertrauen auf die kundenorientierten und hocheffektiven Technologien aus den Bereichen der dauerhaften Haarentfernung, Hautverjüngung sowie Körperformung und profitieren von besten Ergebnissen. Mit diversen Produktneuheiten hat die SHR Germany in den vergangenen Jahren die Kosmetikbranche so stark geprägt und modernisiert, wie kaum ein anderes Unternehmen.

Dazu zählen u. a. IPL SHR, Dioden- und Alexandritlaser, Kryolipolyse, EMS BodyCult, Refit, Plasma Pro, Zahn-Bleaching, Carbon Profi, ShockWave sowie unsere beliebten Facial-Geräte – Beauty Master, Aqua Pure, Aqua Facial, Pro Facial, Hydra Beauty. Wir, die SHR Germany, verabschieden uns vom allgemein bekannten Spruch „Wer schön sein will, muss leiden“ und setzen innovative Technologien gekonnt ein, um Ihnen nichtinvasive und vor allem schmerzfreie Behandlungen mit besten Ergebnissen zu ermöglichen! Ihre individuellen Wünsche und Bedürfnisse haben für uns oberste Priorität – unser Team, bestehend aus über 90 Personen, steht Ihnen selbstverständlich stets beratend zur Seite. Darüber hinaus verfügen wir über eine hauseigene Akademie, in der jährlich über 4.500 Personen von hochqualifizierten Fachkräften geschult werden, denn auf eine zufriedenstellende Beratung muss eine exzellente Schulung folgen. Eine ausführliche Fortbildung beinhaltet neben den grundlegenden Inhalten ebenfalls kosmetische und medizinische Basiskenntnisse, die beim Gebrauch des Gerätes den Unterschied machen.

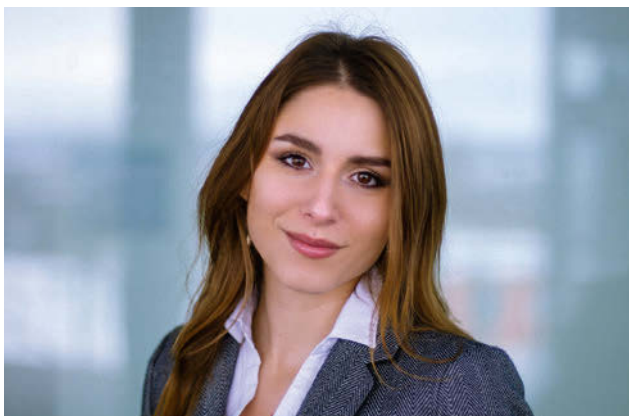
SHR Germany – wo Ihr Erfolg beginnt!



Beauty Forum Stars Award Gewinner 2020!

Den **1. Platz** in den beiden Kategorien „Dauerhafte Haarentfernung“ und „Apparative Kosmetik“ belegt der **deutsche Marktführer SHR Germany** und überzeugt mit seinen **innovativen Technologien**.





Problemlöser:

Gesunde Haut

Ein Instagram-Post geht um die Welt: Das ehemalige Supermodel Linda Evangelista teilte Ende September zum ersten Mal öffentlich ihre Leidensgeschichte mit ihren Fans. Demnach habe sie eine Schönheits-OP zur Fettabsaugung „brutal entstellt“, so die heute 56-Jährige. Die erschreckende Geschichte der kanadischen Model-Ikone stimmt nachdenklich, finden Sie nicht auch? Haben wir zu hohe Ansprüche an uns, oder zwingt die Gesellschaft sie uns auf? Wann sind Eingriffe sinnvoll, wann eher nicht?

„Jede Massnahme sollte überlegt sein und bedarf der Vorsicht, des ästhetischen Empfindens und auch der absoluten Sorgfaltspflicht des Behandlers“, sagt der plastische und ästhetische Chirurg Dr. med. Alexander Fuchs. Der Luzerner Mediziner kennt sich aus in Sachen Schönheits-OPs und geht in unserem Schwerpunktthema **„Beauty Quickies und ihre Wirkung“ ab Seite 12** auf verschiedene Eingriffe ein, die zwar schnelle Ergebnisse versprechen, aber keinesfalls unterschätzt werden sollten.

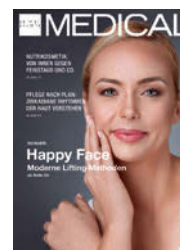
Glücklicherweise gibt es neben Schönheits-OPs auch noch andere Massnahmen, die Ihre Kundinnen dabei unterstützen, sich pudelwohl zu fühlen – denn Schönheit beginnt mit einer gesunden Haut. In unserem **Dossier ab Seite 28** geht es daher um **Problemhaut** und wie Sie diese erkennen und behandeln können. Denn Sie wissen ja: Eine schöne Haut ist ein enormer Selbstbewusstseins-Booster!

Und da wir uns mit grossen Schritten dem Weihnachtsfest nähern, lesen Sie in dieser Ausgabe auch einen Artikel, der Ihnen **fünf Strategien für ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft** an die Hand gibt. Blättern Sie einfach auf **Seite 48** und lassen Sie sich inspirieren.

Jaqueline Kramer

Senior Editor, jaqueline.kramer@health-and-beauty.com

LESEN SIE
AUCH



BEAUTY FORUM
MEDICAL 5/2021

Happy Face:
Moderne Lifting-
Methoden

Nutrikosmetik:
Von innen gegen Fein-
staub und Co.

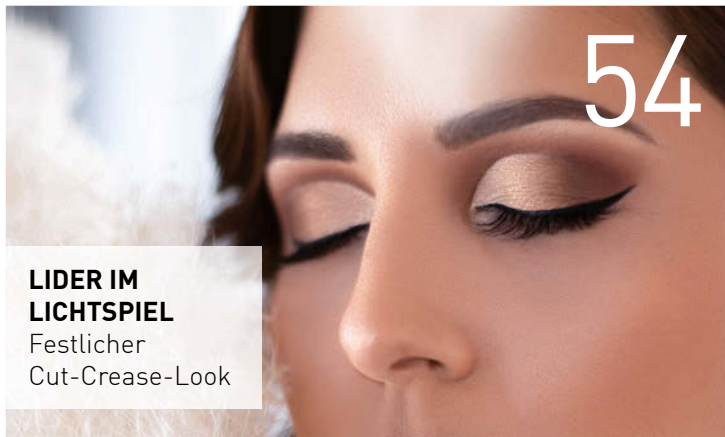
Pflege nach Plan:
Zirkadiane Rhythmen
der Haut verstehen

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



MEIN LESE-TIPP:

Wie gross der Einfluss von Berührungen, Massagen und Wellness auf unser mentales Wohlbefinden ist, hat uns die Pandemie schonungslos vor Augen geführt. Mit welchen Ritualen Sie Ihre Behandlungen für Ihre Kundinnen noch erholsamer machen, lesen Sie **ab Seite 40 im Artikel „Entspannende Rituale“**.



LIDER IM LICHTSPIEL
Festlicher
Cut-Crease-Look



Dossier
**HERAUSFOR-
DERUNG HAUT**
Kosmetische Massnahmen
bei Problemhaut

Inhalt

NOVEMBER 2021

COMMUNITY

- 6 **News** People
- 8 **Ja, like mich doch!**
- 9 **(Sk)Influencer**
- 10 **15 Jahre Erfolg**
Serie: Geschichten aus dem
Nagelstudio

BEAUTY & CARE

- ▶ 12 **Beauty-Quickies und ihre Wirkung**
Beauty-to-go – diese Behandlungen
erlauben schnelle Ergebnisse.
- 17 **News**
Medical Beauty
- 18 **News**
Winterzauber
- 19 **Was würden Sie tun?**
Serie: Alltagsprobleme im Institut
- 20 **High Five für den Hals**
5 apparative (Kombi-) Treatments für
Kinn, Hals und Dekolleté
- 24 **News – X-Mas Specials**
- 25 **Tässchen gefällig?**
3 Fragen an Christiane Barton
- 26 **Die Gen X geht online**
Serie: Die Generationen als Kunden
im Institut, Teil 4

▶ DOSSIER

- 28 **Herausforderung Haut: Intro**
- 30 **Richtig erkennen**
Mechanismen hinter Haut-
problemen erkennen
- 32 **Ausser Rand und Band**
Was tun bei POD, Maskne
und Rosacea?
- 36 **Brennpunkt Kosmetik**
Unverträglichkeiten und Allergien
durch kosmetische Inhaltsstoffe

- 38 **Wintermaniküre**
5 Schritte für gepflegte Hände
und Nägel
- 40 **Entspannende Rituale**
Wohlfühlmodule in der kosmeti-
schen Behandlung
- 66 **Kolumne**
Der Wunsch nach Wohlbefinden

TREND

- 42 **Stylish im Studio, Teil 2**
Designtrends und -tipps für das
Kosmetikstudio

LIFE & WORK

- 44 **Institut des Monats**
creaCosmetic, Kriens

- ▶ 48 **Advent, Advent, Verkaufstalent**
5 Strategien für eine erfolgreiche
Weihnachtszeit

- 52 **Kunden kennen**
Verschiedene Kundentypen im
Kosmetikinstitut

STYLE & FASHION

- ▶ 54 **Lider im Lichtspiel**
Festlicher Cut-Crease-Look
- 57 **Supersieg**
Die Gewinnerin der 27. Schweizer
Make-up Meisterschaft im Interview

MESSE

- 58 **Auf Wiedersehen in 2022**
BEAUTY FORUM Swiss 2022

IN JEDER AUSGABE

- 3 **Editorial**
- 60 **Ausbildungen**
- 64 **Horoskop**
- 65 **Impressum, Werbepartner,
Vorschau**

Beilagenhinweis:

Diese Auflage enthält einen Einhefter der
Firma SkinIdent Swiss AG.

Titelbild:

Hair- und Make-up-Artistin: Anita Gjini
Foto: Roland Soldi
Model: Leandra Prenrecaj

Go Natural with Pevonia



Green Commitment:

- 100% natürlich – garantiert! ☿
- GMO-frei ☿
- SLS-frei ☿
- Paraben-frei ☿
- Alkohol-frei ☿
- Lanolin-frei ☿
- Mineralöl-frei ☿
- Frei von künstlichen Farbstoffen ☿
- Frei von künstlichen Parfums ☿
- Frei von Formaldehyden ☿
- Tierversuch-frei ☿
- Resultatorientiert ☿
- Lückenlos von Kopf bis Fuss ☿
- Mit organischen Phytoextrakten ☿
- Mit neusten botanischen Inhaltsstoffen ☿
- Aus modernster Herstellungstechnologie ☿
- Natürliche «grüne» Formulierungen ☿
- Chiral Korrekt ☿
- In recycelbaren Verpackungen ☿
- Fair Trade ☿

Pevonia ist eine von Ästhetikexperten empfohlene Pflegelinie, die exklusiv in ausgewählten SPAs und Schönheitssalons weltweit angeboten wird.

Das Beste, was Meer & Erde zu bieten haben: Reinste und effektivste natürliche Wirkstoffe aus der Pflanzenwelt und dem Ozean in Kombination mit kraftvollen Wirkstoffsystemen und modernsten Herstellungsverfahren sorgen für eine tiefenwirksame Rundumversorgung Ihrer Haut. Lassen Sie sich von den hervorragenden Pflegeresultaten der Pevonia-Produkte überzeugen und geniessen Sie ein unvergleichliches SPA-Erlebnis.

Ein optimales Behandlungsergebnis garantieren Ihnen unsere Hautpflegeexperten mit den speziell auf die individuellen Bedürfnisse Ihrer Kundinnen und Kunden abgestimmten Gesichts- und Körperprodukten.

Eine starke Verbundenheit mit der Natur: Nicht nur der umsichtige Umgang mit den kostbaren Rohstoffen der Erde steht bei Pevonia an erster Stelle. Für die Herstellung verwendet Pevonia nur recycelbare, biologisch abbaubare und wiederverwendbare Verpackungen.

Erleben Sie die Kraft der Natur und den Komfort der exklusiven SPA-Pflegelinie. Sind Sie noch kein Pevonia-Partner und interessieren sich für diese luxuriöse Pflegelinie? Kontaktieren Sie uns per E-Mail info@pevonia.ch oder Telefon **034 420 08 00**, gerne führen wir Sie persönlich in die Welt von Pevonia ein und senden Ihnen Testprodukte zu!

10 Gründe für Pevonia:

- ☿ 100% natürliche Inhaltsstoffe
- ☿ für jeden Hauttyp die optimalen Produkte
- ☿ garantiert keine Tierversuche
- ☿ Weiterbildungen mit Pevonia
- ☿ keine Depotpflicht
- ☿ exklusive Partnerschaft
- ☿ innovative Produktentwicklungen
- ☿ interessante Aktionsangebote
- ☿ kompetente Ansprechpartner in der Schweiz
- ☿ innerhalb von 48 Stunden versandbereit



Einfach clever shoppen:
www.simonkeller.ch

Simon Keller AG,
3400 Burgdorf

034 420 08 00
verkauf@simonkeller.ch

Keller
beauty



Firmenchef Dr. h. c. Peter Jentschura, Angela Stähler, Enno Fuchs, Ingo Hoff (Industriebau Hoff und Partner), Geschäftsführerin Barbara Jentschura, Geschäftsführer Matthias Buss und Gertrud Jentschura legen den Grundstein für die NaturKundeAkademie.

DIE NATUR AUF DEM LEHRPLAN

P. Jentschura | Der Grundstein ist gelegt: P. Jentschura, einer der führenden Hersteller basischer Lebensmittel und Körperpflegeprodukte, hat auf dem Firmengelände in Münster mit dem Bau einer Akademie zur Vermittlung des naturkundlichen Wissens rund um den Säure-Basen-Haushalt begonnen. Angeboten werden dort ab kommendem Herbst mehrtägige Kurse, Tagesworkshops und Schulungen, in denen nicht nur Wissen vermittelt, sondern auch praktisch umgesetzt wird. Dies soll in Form von gesundem Essen und Trinken, mit basischer Körperreinigung und mit der Stärkung und Regenerierung des Organismus geschehen. Ganz nach dem Motto: Lehren und Leben. Nähere Informationen zum Angebot der Akademie gibt es unter:

www.jentschura-naturkundeakademie.de

ROUND TABLE 2021

BEAUTY FORUM | Am 4. Oktober hat sich das Schweizer Team von BEAUTY FORUM mit seinen Leserinnen zum Round Table im Hiltl in Zürich 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 Mihaela Rankova (Zürich), Gioia Giardino (Trimbach), sowie Nail- und Lash-Artistin Lovela Rohrbach (Chur) sowie Geschäftsführerin und Schulungsleiterin von swissestetic Sandra Flury (Baar) zum produktiven und informativen Austausch für kommende Projekte und für konstruktives Feedback geladen.

www.beauty-forum.ch

GLÜCKLICHER GEWINNER

Jean d'Arcel | Auch in diesem Jahr wollte Focus Money wieder wissen, welche Unternehmen, Marken und Firmen aus den Bereichen Alltag, Beruf, Freizeit und Technik aus Kundensicht herausragend sind. Das Institut für Management und Wirtschaftsforschung (IMWF) sollte dies im Auftrag von Deutschland Test herausfinden. Insgesamt wurden 22'000 Unternehmen geprüft. Dafür wurden Beiträge und deren



Zum vierten Mal Sieger: Jean d'Arcel.

Tonalität im Internet mithilfe von Crawling-Daten gesammelt und unter verschiedenen Gesichtspunkten analysiert. Unter den rund 4'300 Gewinnern in circa 200 Branchen belegte Jean d'Arcel zum vierten Mal in Folge den ersten Platz in der Kategorie „Deutschlands beste Gesichtspflege & Kosmetik“.

www.jeandarcel.ch

ANZEIGE

Chemiker/in – Drogist/in Apotheker/in (Teilzeit möglich)



Suchen Sie einen vielseitigen, anspruchsvollen Job?

Aufgabenbereich:

Entwicklung von projektbezogenen Pflegekosmetik-Rezepturen, Mithilfe im Labor

Anforderungen:

Ausbildung in diesem Bereich, belastbar, teamfähig, sehr gute Deutschkenntnisse, Interesse an Kosmetikprodukten

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto und Lohnvorstellung per E-Mail an: info@trybol.ch · Trybol AG, 8212 Neuhausen · www.trybol.ch

Kosmetikstudio zu verkaufen in Luzern

Modernes und stylisches Kosmetikstudio im Herzen von Luzern. Das Studio wurde im Oktober 2019 renoviert und top eingerichtet. Die Ladenfläche ist 60 m² gross und verfügt über eine einladende Reception und vier Behandlungskabinen.

Das Studio ist professionell für Kosmetik, Enthaarung und Fusspflege eingerichtet. Die bestehende Kundschaft, die Einrichtung, Geräte und Webseite können übernommen werden.



Bei Interesse melden Sie sich bitte unter 079 304 88 08.

Fotos: Jentschura International GmbH; Jean d'Arcel

ANZEIGE



SwissSkills 2022

Die nächsten zentralen Berufsmeisterschaften – SwissSkills finden in Bern vom 7. bis 11. September 2022 statt. An dem Grossanlass finden jeweils bis zu 75 Meisterschaften in unterschiedlichen Berufen am gleichen Ort zur gleichen Zeit statt.

Nutze die einmalige Chance, zeige was Du in deinem schönen Beruf kannst und werde zukünftige

Schweizermeisterin Kosmetik EFZ!

So bist Du an den SwissSkills mit dabei:

Voraussetzungen:

- ✓ Du hast deine Berufslehre zur Kosmetikerin EFZ im 2021 erfolgreich abgeschlossen
- ✓ Du bist im Jahr 2022 nicht älter als 20 Jahre (Jahrgang 01.01.2002 oder jünger)
- ✓ Du möchtest etwas Einmaliges und Aufregendes erleben
- ✓ Du bist motiviert und hast Freude an Deinem Beruf

Du profitierst von:

- einer einzigartigen Möglichkeit, Dich fachlich und persönlich weiterzuentwickeln
- einer öffentlichen Plattform, um Deine Fähigkeiten zu zeigen und weiter gefördert zu werden
- einer unvergesslichen Erfahrung
- von vielen neuen, interessanten Kontakten
- Erlebnissen, die den Horizont erweitern und vieles mehr...

Anmeldung:

Bis 21. Februar 2022 an c.calderari@sfkinfo.ch

Wettbewerbsaufgaben werden im April 2022 bekannt gegeben

Bei Fragen wendet Euch an c.calderari@sfkinfo.ch

Informationen erhaltet Ihr auf www.sfkinfo.ch und swiss-skills.ch



Lass Dir diese einmalige Gelegenheit nicht entgehen, melde Dich an und werde Teil dieses Mega Events! Wir freuen uns schon jetzt, Dich an den SwissSkills 2022 mit am Start zu haben.

Carla Calderari & Valeria Tschann, SwissSkills Experten-Team SFK

#beautyforumschweiz

JA, **LIKE** MICH DOCH!



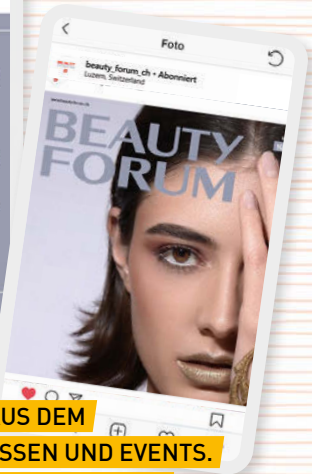
WWW.INSTAGRAM.COM/BEAUTY_FORUM_CH



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 seit 9. November

FÜR DEN WINTER GEMACHT: ERNÄHRUNG & PFLEGE FÜR DIE HAUT

Eine gute Ernährung ist genauso wichtig für eine gesunde Haut wie die richtige Pflege, denn gerade im Winter braucht die Haut besondere Nährstoffe. Welche das sind und wie sie sich auf die Haut auswirken, wird in diesem Tutorial genauso erklärt wie die perfekt abgestimmte Pflege.

Referentin:
Susanne Dethlefs

Weiteres Online-Seminar:
Glamour-Make-up für den Ball, Referentin: Christina Wenst, online ab 7. Dezember

MEDICAL



Online seit 26. Oktober

HAPPY FACE: TOP 3 TREATMENTS MIT APPARATEN

Schöne glatte Haut ohne Eingriffe – das wollen viele Kunden. Bereits nach der ersten Anwendung möchten sie Ergebnisse spüren und sehen. Deshalb sind Kombinationen aus modernen Technologien immer gefragter. Die Top-3-Kombi-Behandlungen im Anti-Aging zeigt Ihnen Kosmetikerin Giedre Rasche in diesem Tutorial.

Referentin:
Giedre Rasche

Weiteres Online-Seminar:
Diabetischer Fuss – Prävention, Therapie und Pflege, Referent: Dr. med. Arthur Grünerbel, online ab 14. Dezember

BUSINESS



Online ab 30. November

ERFOLGSFAKTOR ZEITNUTZUNG – MACHEN SIE MEHR AUS IHREM TAG!

24 Stunden am Tag: Das ist es, was wir täglich erhalten. Und obwohl allen gleich viel Zeit zur Verfügung steht, machen manche mehr daraus als andere, sind glücklicher, erfolgreicher, wohlhabender. Entscheidend ist die Verwendung Ihrer Zeit. Erfahren Sie wie Sie Ihre 24 Stunden für Ihren Erfolg nutzen können.

Referent:
Roman Kmenta

Weiteres Online-Seminar:
In unserer nächsten Ausgabe können Sie sich auf zusätzliche, informative Tutorials freuen.

NAIL



Online ab 15. Dezember

STEINKUNDE – HEILSTEINE IM MARMOR-LOOK

Egal, ob knalliger Amethyst oder sanfter Rosenquarz – Naildesignerin Liz Weiss zeigt, wie der Nageltrend funktioniert. Ganz wichtig: Bei dieser Nailart sollte sehr sauber und dünn gearbeitet werden, damit die Nägel am Ende filigran und schlank aussehen, sonst wirken sie schnell wie kleine Backsteine anstelle von Edelsteinen!

Referentin:
Liz Weiss

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

15 Jahre Erfolg

GESCHICHTEN AUS DEM NAGELSTUDIO – Als Kosmetikerin und Nageldesignerin sind Sie jeden Tag in Kontakt mit vielen Menschen. In dieser Serie erzählen vier Nageldesignerinnen, welche bewegenden, lustigen oder verrückten Begegnungen sie schon einmal bei der Arbeit gemacht haben und was sie daraus mitgenommen haben.

„Nach fast 15 Jahren hatte der Kunde sich das Nagelbeissen abgewöhnt! Das ist bis heute eine sehr positive Erfahrung und Behandlung für mich.“



Von einer positiven Entwicklung und einem treuen Kunden erzählt

Francesca Pisani.

Die Kosmetikerin und Nageldesignerin ist seit über 26 Jahren im Beruf und war lange Zeit selbstständige Nageldesignerin im Oberland. Seit 2017 führt sie nun ihr eigenes Kosmetikstudio in Dübendorf.

www.beautyarea.ch

Vor vielen Jahren hat mich eine Dame kontaktiert, weil ihr Bruder ein extremer Nagelbeisser war. Sie fand, es sei furchtbar, dass er so schlimme Nägel hatte, und machte deshalb einen Termin für ihn bei mir aus.

Seine Nägel waren wirklich stark heruntergekauft, es waren nur noch Stummel übrig. Daraufhin habe ich ihm erklärt, **dass er fast jede Woche zur Behandlung kommen sollte**, um die Gelnägel zu erneuern. Nur so sei es möglich, dass wir das Nagelbett wieder wachsen lassen könnten.

Er hat sich das wirklich zu Herzen genommen und kam tatsächlich jede

Woche. **Insgesamt brauchten wir ungefähr ein Jahr, bis die Nägel sich wieder aufbauen und wachsen konnten.** Er kam allerdings nicht das ganze Jahr wöchentlich. Das machten wir anfangs für ein paar Monate, danach haben wir verlängert auf alle zwei Wochen und schliesslich auf alle drei Wochen. In diesem Turnus kommt er immer noch vorbei. Die erste Behandlung hatten wir vor 15 Jahren!

Nach einer gewissen Zeit bot ich ihm an, das Modellage-Gel wieder abzunehmen, da seine Nägel gesund und stark waren. Das wollte er jedoch auf keinen Fall, denn er war begeistert von der Stabilität, die er nun hatte!

Letztes Jahr waren wir dennoch einmal dazu gezwungen, die Maniküre auszusetzen, denn der Kunde hatte einen kleinen Unfall, bei dem er sich den Fingernagel einklemmte. Wir nutzten diesen Anlass, um das Gel auf allen Nägeln zu entfernen und zu prüfen, ob er rückfällig werden würde. Das Ergebnis war: Nein!

Nach fast 15 Jahren hatte der Kunde sich das Nagelbeissen abgewöhnt! **Das ist bis heute eine sehr positive Erfahrung und Behandlung für mich.** Nagelbeisser sind meist sehr dankbar, und es freut mich umso mehr, wenn ich meinen Kunden mit meinem Angebot helfen kann. □

Seid schön *Artig!*

BEAUTY FORUM NAIL AND STYLE – die Pflichtlektüre für alle Nail-Profis



www.beauty-forum.com/nail | € 10,00 | 64276

7/2021

BEAUTY
FORUM

NAIL and STYLE

Stilvoll mit Stein

Heilsteine als trendige
Nailart im Marmorlook
ab Seite 12

Big im Business

Fashion- und Naillooks
für den legeren Business-Alltag
ab Seite 24

DOSSIER:

Typsache

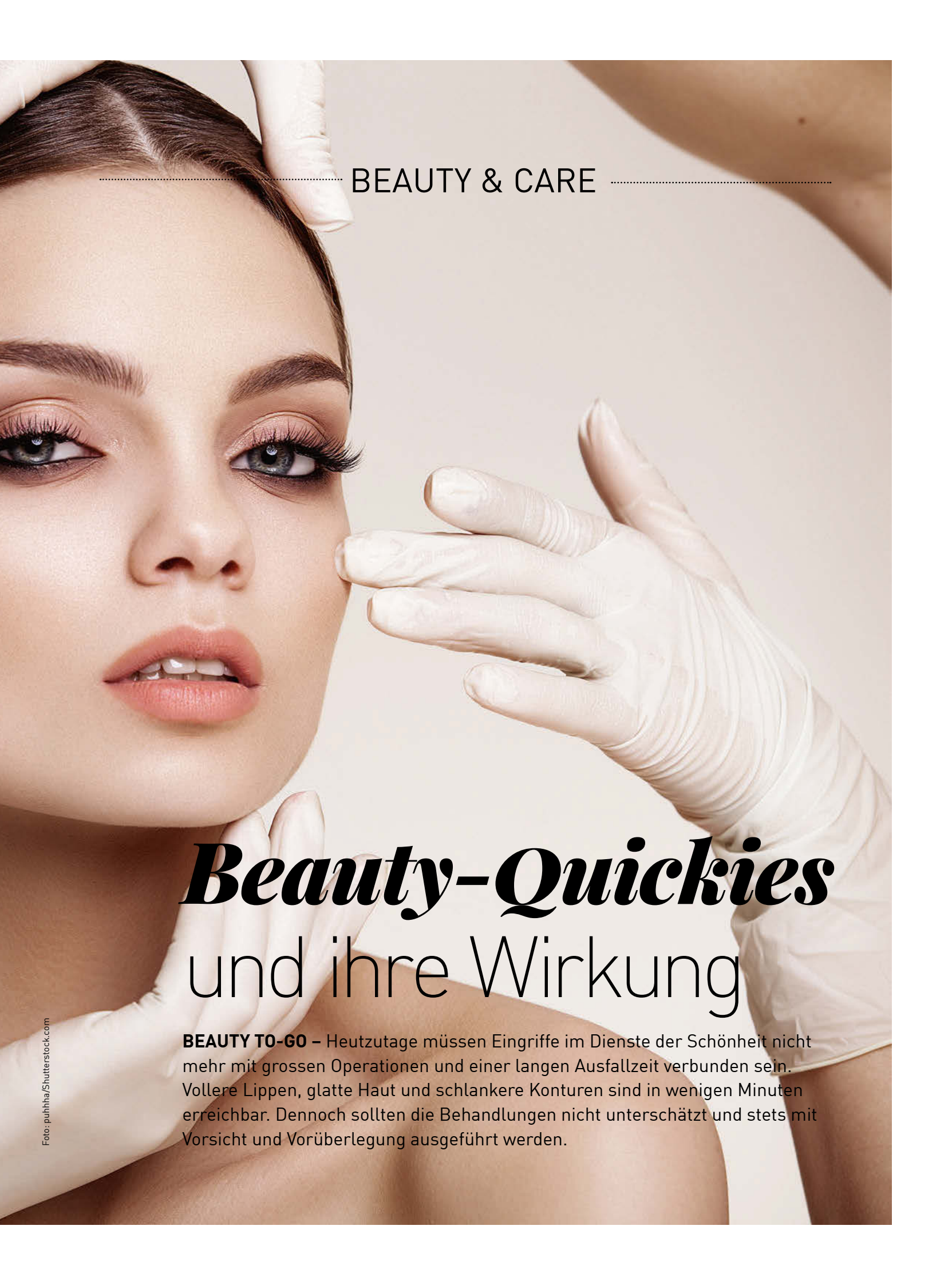
Günstig oder individuell –
welcher Werbetyp sind Sie?
ab Seite 40

www.beauty-forum.ch/probeheft

BEAUTY
FORUM

NAIL and STYLE





..... BEAUTY & CARE

Beauty-Quickies und ihre Wirkung

BEAUTY TO-GO – Heutzutage müssen Eingriffe im Dienste der Schönheit nicht mehr mit grossen Operationen und einer langen Ausfallzeit verbunden sein. Vollere Lippen, glatte Haut und schlankere Konturen sind in wenigen Minuten erreichbar. Dennoch sollten die Behandlungen nicht unterschätzt und stets mit Vorsicht und Vorüberlegung ausgeführt werden.



Botulinumtoxin lässt sich extrem schnell anwenden. Die Kundin ist danach im Regelfall wieder sofort gesellschaftsfähig.

Was versteht man unter Quick Beauty Treatments? Ist es ein Treatment, das schnell geht? Oder vielleicht eine Behandlung, zu der man sich schneller entscheidet, weil der Aufwand beziehungsweise die körperliche Belastung bei einer Operation deutlich geringer ist? Ich denke, am besten lassen sich Quick Beauty Treatments als Massnahmen beschreiben, die man anstrebt, um den Körper zu formen oder zu verändern – und dies ohne operative Massnahmen. Tatsache ist: Diese

Behandlungen haben enorm zugenommen. Gleichzeitig ist auch die Anzahl der Therapeuten unverhältnismässig in die Höhe gestiegen.

Was bedeutet quick?

Erlauben Sie mir, kurz darauf einzugehen, was die Beweggründe sind, sich solchen Massnahmen zu unterziehen. Ganz am Anfang steht häufig die Unzufriedenheit. Man möchte einen vergangenen Zustand wieder erreichen. Ein weiterer Grund: ein kompletter Veränderungswunsch. Die

sozialen Medien spielen einem einen Idealzustand vor, und man möchte selbst auch dieses Aussehen erreichen. Stellt sich nur die Frage: Wird man damit glücklich?

Diese Fragestellung sollte zum Nachdenken anregen – ganz gleich, ob man sich diesen Massnahmen unterzieht oder diese Behandlungen als Therapeut anbietet. In der heutigen Zeit können scheinbar viele Behandlungen in einem Quick-Verfahren durchgeführt werden. Selbst grössere Operationen werden mittlerweile auch unter lokaler Betäubung und

ambulant angeboten. **Ich rate trotzdem immer zur Vorsicht und zum gewissenhaften Umgang** mit diesem Thema.

Fixe Spritze

Was zähle ich zu einem Quick-Beauty-Verfahren? Allem voran stehen natürlich Behandlungen mit **Botulinum und Hyaluron**. Das sind Verfahren, bei denen man in kürzester Zeit ein Ergebnis erreichen kann. In der Tat können diese Verfahren in einer Mittagspause durchgeführt werden, auch ist man anschliessend **(fast) sofort wieder komplett gesellschaftsfähig**. Bei dem Botulinum-Verfahren sieht man jedoch unmittelbar nach der Behandlung kein Ergebnis, da das Produkt zunächst seine muskelentspannende Wirkung entfaltet, dies dauert in der Regel zwei bis zehn Tage. Anders verhält sich Hyaluron: Hier kann man nach der Behandlung sehr schnell eine Veränderung feststellen. Jedoch braucht es für das Endergebnis ebenfalls ein wenig länger. Der Grund für dieses verzögerte Ergebnis liegt in der Wirkung des Hya-

- Jede Massnahme sollte überlegt sein und bedarf der Vorsicht, des ästhetischen Empfindens und auch der absoluten Sorgfaltspflicht des Behandlers.

lurons. Es hat die Aufgabe, Wasser zu binden und die eigene Kollagenproduktion anzukurbeln. Das sind natürlich Vorgänge, die etwas Zeit in Anspruch nehmen. Generell kann man jedoch sagen, dass diese Massnahmen in kürzester Zeit möglich sind und in der fachmännischen Hand sehr komplikationslos ablaufen. In der Hand eines Arztes, der ausschliesslich zur Durchführung oder Delegation der Behandlung befähigt ist, sollten im schlimmsten Fall kleine blaue Fleckchen entstehen.

Nicht unterschätzen

Fachlich **falsch angewendete Behandlungen können schnell zu schwereren Komplikationen** führen, die teilweise reversibel sind, teilweise jedoch erhebliche Folgeschäden mit sich ziehen können. Bei unsachgemässer Verwendung von Botulinum können Muskeln in ihrer Bewegung reduziert werden, die dann zum Beispiel zu einem Hängelid führen. Unsachgemässe Behandlungen mit Hyaluron können wiederum zu einem Gefässverschluss führen, was ein Absterben von Gewebe zur Folge haben kann.

Schnelles Facelift, geht das?

Eine weitere Massnahme stellt das **Fadenlifting** dar. Mit einer kleinen Betäubung an der Eintrittsstelle und den richtigen atraumatischen Nadeln erreicht dies schnell ein Ergebnis ohne starke Einschränkung. Je nach Verfahren zeigt



Die perfekte Pflege für natürlich schöne Augen

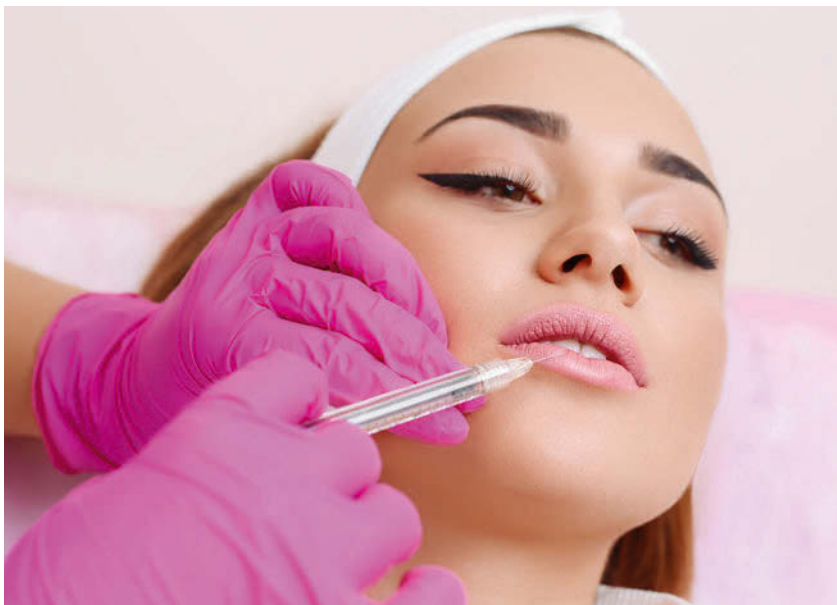
Entdecken Sie
unsere Augenprodukte:
Perfect Eye Serum, Rich Eye Cream
und Instant Lift Eye Pads.



Naturkosmetik, frei von
synthetischen Inhaltsstoffen.



Mehr Informationen zu den
einzelnen Produkten unter
Telefon: +41 (0)62 878 31 41
www.lydiadainow.com



Lipfiller mit Hyaluron gehören zu den beliebtesten Quick-Beauty-Behandlungen und dauern nur etwa 15 Minuten.

sich dann mehr oder weniger Hautüberschuss in der Richtung, in die gezogen wurde. Je nach Wunsch und Einstellung des Therapeuten ist dies variabel. Auch hier sind – die Fach-

kompetenz und Fachkenntnisse des Behandlers vorausgesetzt – schnelle, komplikationsarme Behandlungen möglich.

Alle diese Verfahren können als Alternative zu einem Facelift dienen, das natürlich nur in Vollnarkose und stationärem Aufenthalt durchgeführt werden sollte.

Geht man von der Definition Quick aus, sollte man trennen, welchen Gesichtspunkt man betrachtet. Bedeutet Quick, dass das Verfahren schnell durchführbar ist, sind natürlich Botulinum und Hyaluron dem absolut entsprechend. Sollte Quick bedeuten, dass man das Endergebnis zügig oder gar sofort sieht, darf eigentlich kein Verfahren dem „schnellen“ zugeordnet werden, da alle ihre Zeit brauchen, um die komplette Wirkung zu entfalten. Wird die Behandlungsdauer als Gesichtspunkt gewählt, kann ich ebenfalls nur die bereits erwähnten Verfahren aufführen. Alle anderen Verfahren sind nicht innerhalb von 30 Minuten durchzuführen.

Flinke Nadeln

Ebenfalls schnell geht es mit dem **Microneedling**. Jedoch sind Rötungen

und gegebenenfalls Einblutungen ins Gewebe nicht selten, sodass sich dieses Verfahren nicht für die Mittagspause eignet. Auch braucht es eine Zeitspanne, um die Wirkung der Behandlung zu sehen, da diese Verfahren auf die Kollagenneubildung ausgerichtet sind und diese eben ihre Zeit in Anspruch nimmt.

Nicht ganz so quick

Apparative Verfahren wie **Laserbehandlungen oder das Auflösen von Fett mittels Kälte** sind ebenfalls Eingriffe, die nicht in der Mittagspause durchführbar sind. Bei der Kryolipolyse, dem Auflösen von Fettzellen mittels Kälte, ist die Behandlungsdauer länger als eine Mittagspause und das zu erwartende Ergebnis sogar länger als ein Urlaub. Hierfür werden Kältesonden auf die Haut aufgesetzt, die dann die Fettzellen einfrieren, um sie anschliessend durch den Körper abbauen zu lassen. Diese Verfahren stellen theoretisch eine Alternative zur Fettabsaugung (Liposuktion) dar. Jedoch ist auch dabei äusserste Vorsicht geboten, damit nicht etwa die Haut unterkühlt wird und es somit zum Absterben und Kälteverbrennungen der Haut kommt.

Das soll nur ein kleiner Einblick in die Welt der Quick-Verfahren gewesen sein. Natürlich ist dieses Thema abendfüllend und kann in diesem Rahmen nur oberflächlich behandelt werden.

Mir ist wichtig, dass der Begriff Quick nicht in Unachtsamkeit oder Leichtsinnigkeit fehlgedeutet wird. **Jede Massnahme sollte überlegt sein und bedarf der Vorsicht, des ästhetischen Empfindens und auch der absoluten Sorgfaltspflicht** des Behandlers. □



DR. MED. ALEXANDER FUCHS

Der Autor ist spezialisiert auf plastische, rekonstruktive und ästhetische Chirurgie und absolvierte langjährige Spezialausbildungen im In- und Ausland. In seiner Praxis in Luzern praktiziert er stets unter dem Motto: „Aesthetics meet Ethics“.

Foto: Kovalchynsky Mykola/Shutterstock.com

AUF EINEN BLICK

Quick-Beauty-Behandlungen:

- **Hyaluron:** Lippenvergrösserung, circa 15 Minuten. Endgültiges Resultat etwa nach zwei Wochen sichtbar.
- **Botulinumtoxin:** Faltenreduktion, circa 15 Minuten. Resultat ist nach etwa 10 Tagen sichtbar.
- **Fadenlifting:** Straffung des Bindegewebes im Bereich der Wangen, Nasolabialfalte, Augenringe oder Dekolletée, circa 30 Minuten. Resultat ist sofort sichtbar.
- **Microneedling:** Reduzierung von Narben oder Schwangerschaftsstreifen, circa 30 Minuten. Resultat nach regelmässigen Behandlungen ist etwa nach drei Monaten sichtbar.
- **Kryolipolyse:** Reduzierung des Körperumfangs, circa 60 Minuten. Sichtbarer Effekt tritt nach mehreren Behandlungen etwa nach zwei Monaten ein.



NEUER INHALTSSTOFF

Babor | Die „HSR lifting“-Serie, bestehend aus Serum, Cream, Cream Rich, Eye Cream, Neck & Decolleté Cream sowie Foam Mask, ist ein Babor-Klassiker, die 2021 ein Update bekommt. Die Formulierung aus sechs Wirkstoffen wird durch ein natürliches Glucosid bereichert, das aus der Wiederaufstehungspflanze gewonnen wird. Es soll die Fähigkeit der Haut, Feuchtigkeit zu binden sowie sich zu regenerieren unterstützen.

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



AKTIVER SCHUTZ

Ericson Laboratoire | Die neue Linie „Pur Oxygene“ enthält die beiden Hauptwirkstoffe „Lignacell“ und „Light'ensis“, deren Aufgabe es ist, entgiftend und stärkend auf den Stoffwechsel zu wirken. Gleichzeitig sollen die Zellfunktionen vor oxidativem Stress bewahrt werden, indem die Produkte von Ericson Laboratoire die Haut vor verschiedenen Formen der Umweltverschmutzung schützen.

Tel. 044 803 22 11, www.swissbeautypoint.ch

MEDICAL BEAUTY

Hoch konzentriert



KONZENTRIERT

Jean d'Arcel | Das neue Wirkstoffkonzentrat „le serum deluxe“ von Jean d'Arcel verspricht dank seiner Formel wie ein Luxuslifting zu wirken. Das Serum soll die Haut beleben und mit Feuchtigkeit versorgen. Die Wirkstoffkombination hat zum Ziel, das Hautbild zu verfeinern sowie ebenmässiger und strahlender wirken zu lassen.

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



NEU AUF DEM SCHWEIZER MARKT

Craith Lab | Die Produkte von Craith Lab basieren auf einem Zusammenspiel aus Probiotika und Epigenetik und sind ausschliesslich im Fachhandel erhältlich. Sie sind in drei Linien gegliedert, um zu reparieren, dann zu stärken und im fortgeschrittenen Alter zu verjüngen. Die blaue Serie dient daher zur Reparatur problembehafteter Haut beispielsweise bei Akne oder Rötungen, Wirkstoff: Probiotika. Die schwarze Linie stärkt junge Haut bis 45, Wirkstoff: Epi-Powershield 3. Die goldene Linie unterstützt die Verjüngung reifer Haut ab 45, Wirkstoff: Epi-Tech.

Tel. 062 896 42 42, www.cosmovogue.ch

WIRKSTOFF-COCKTAIL

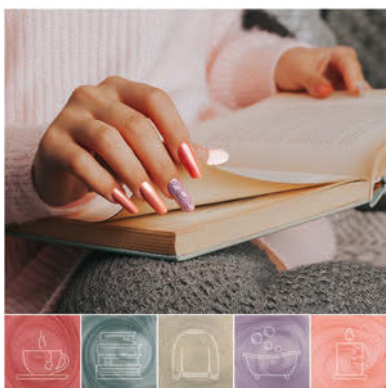
Pevonia | Das „Micro-Retinol Essential Serum“ von Pevonia ist ein biologisch mikroemulgiertes Konzentrat mit zwei Prozent Retinol, das für eine Milderung und Glättung von Fältchen sorgen soll. Die Anti-Aging-Pflege ist für alle Hauttypen geeignet, ausser für sensible und zu Akne neigende Haut. Zu den Hauptwirkstoffen zählen Retinol, Hyaluronsäure, Vitamin C, Vitamin E, Sorbitol und Zitronenschalenöl.

Tel. 034 420 08 00, www.simonkeller.ch



WINTERZAUBER

Das tut jetzt gut



GEMÜTLICH

Catherine Nail Collection | Der neue Farbtrend von Catherine heisst „hygge“ und verspricht, wie die Übersetzung des schwedischen

Begriffs vermuten lässt, winterliche Gemütlichkeit auf den Nägeln. Fünf neue Farben spiegeln die schönsten Momente der Weihnachtszeit wider und wandeln sie in Nagellacknuancen um: „take a bath“, „wear a sweater“, „light a candle“, „drink a tea“ und „read a book“.

Alle Farben sind als UV-/LED-Polish, SchnellLack oder Classic Lac erhältlich.

Tel. +49 56 06 53 03-0, www.catherine.de



FÜR PROBLEHAUT

Cosart | Die leicht getönte „Skin Repair Cream“ enthält einen Wirkstoffkomplex aus Retinol, das an kurzkettige Hyaluronsäure gekoppelt ist. So soll es besser in die Haut eindringen und gegen Trockenheit, Entzündungen, Akne, Sebumüberproduktion, Falten und grobe Poren wirken. Mittelkettige Hyaluronsäuren, Glycogen und Panthenol gehören ebenfalls zum Wirkstoffkomplex, der von einer Mischung aus Hanföl, Hanfsamenextrakt, Nachtkerzenöl, Jojobaöl, Wiesenschaumkrautöl, Mangobutter, Squalan und Tonerde ergänzt wird. Die Creme ist besonders bei Rosacea geeignet.

Tel. +49 881/9 27 85 97, www.cosart.de



MEHR AUSSTRAHLUNG

dermalogica | Der neue „Daily Glycolic Cleanser“ von dermalogica enthält als Hauptwirkstoff Glykolsäure, die mit der kleinsten Molekülgrösse aller Alpha-Hydroxysäuren (AHAs) effektiv in die Hautoberfläche eindringen kann. Dort soll der Cleanser Hautunreinheiten entfernen und gleichzeitig mit beruhigendem Calendulaextrakt sowie Jojobasamenöl für die nötige Portion Pflege sorgen.

Tel. 062 891 55 07, www.dermalogica.ch

ANZEIGE



SCHLAFEN MACHT SCHÖN – WACH SEIN JETZT AUCH!

Dr. Niedermaier | Beauty Full® – so heisst der einzigartige Feel-Good-Drink aus natürlichem Koffein und vegane Hyaluron. Energie geht auch sauber! Dafür vereint Dr. Niedermaier die hochwertigsten Zutaten: frische, sonnengereifte Früchte in Bioqualität, vegane Hyaluronsäure, Zink, Biotin, natürliches Koffein vom grünen Tee, wertvolle natürliche Vitamine, eine Vielzahl an Antioxidantien und vieles mehr, um Körper, Geist und Schönheit zu beleben!

Bestellen Sie jetzt Ihr kostenloses Testset (solange der Vorrat reicht) unter info@enzympro.com
Tel. 071 788 60 30, www.beauty-full.com



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!

» TEIL 13 «

„Letztens brachte eine Kundin ihr Baby mit. Es weinte die ganze Behandlung über und krabbelte in meinem Institut herum. Die Kundin sprang ständig auf, um das Kind einzufangen. So konnte ich meine Behandlung nicht in geplanter Zeit schaffen, und meine nächste Kundin musste warten. Wie kann ich solche Situationen zukünftig vermeiden?“

Sina M., Kosmetikerin aus Solothurn



Mit Rat und Tat zur Seite steht in diesem Monat **Kerem Buchs**.

Die Kosmetikerin führt ihr eigenes Kosmetikinstitut in Luzern. Spezialisiert ist sie auf medizinisch-kosmetische Gesichtsbearbeitungen.

www.kmbcosmetics.ch

Aus solchen Situationen kann man nur lernen – lernen, wie man sich das nächste Mal besser verhalten kann.

Ich bin selbst Mutter von zwei Kindern und weiss, wie schwierig es ist, sich Zeit für sich zu nehmen. Deswegen würde ich keiner Mami mit Nein antworten, wenn sie fragt, ob sie mit ihrem Baby kommen darf. Vorsorglich würde ich am Telefon jedoch gut und freundlich darauf hinweisen, dass die Zeit eventuell nicht ganz reichen wird für alles, was sie sich wünscht, wenn sie das Baby mitbringt.

Etwas Ähnliches ist mir auch schon passiert. Wenn Sie Glück haben, schläft das Baby die meiste Zeit, und wenn nicht, rate

ich Ihnen, ruhig zu bleiben. Die Mama ist genug gestresst und versucht sicher ihr Bestes, um das Baby zu beruhigen.

Bleiben Sie in Ihrem Zeitplan, auch wenn dies bedeutet, dass die Behandlung kürzer wird. Erwähnen Sie sanft, wann Ihre nächste Kundin kommt. Versuchen Sie, die Mama zu verstehen und ihr eine schöne Zeit zu gönnen. Sprechen Sie auch ab und zu mit dem Baby und lachen Sie.

Wenn trotz aller Mühe die Zeit knapp wird, senden Sie Ihrer nächsten Kundin etwa 15 Minuten vorher eine SMS, in der Sie schreiben, dass Sie leicht Verspätung haben.

Jede Mutter wird versuchen, allein zu kommen. Meistens sind dies Ausnahmesituationen – und wir alle kennen solche Mo-

mente. Am Abend werden Sie darüber lachen, und Ihre Kundin wird zufrieden zurückkommen. Das nächste Mal kommt sie sicher allein, denn niemand mehr als sie selbst möchte ihre Zeit für sich geniessen! □

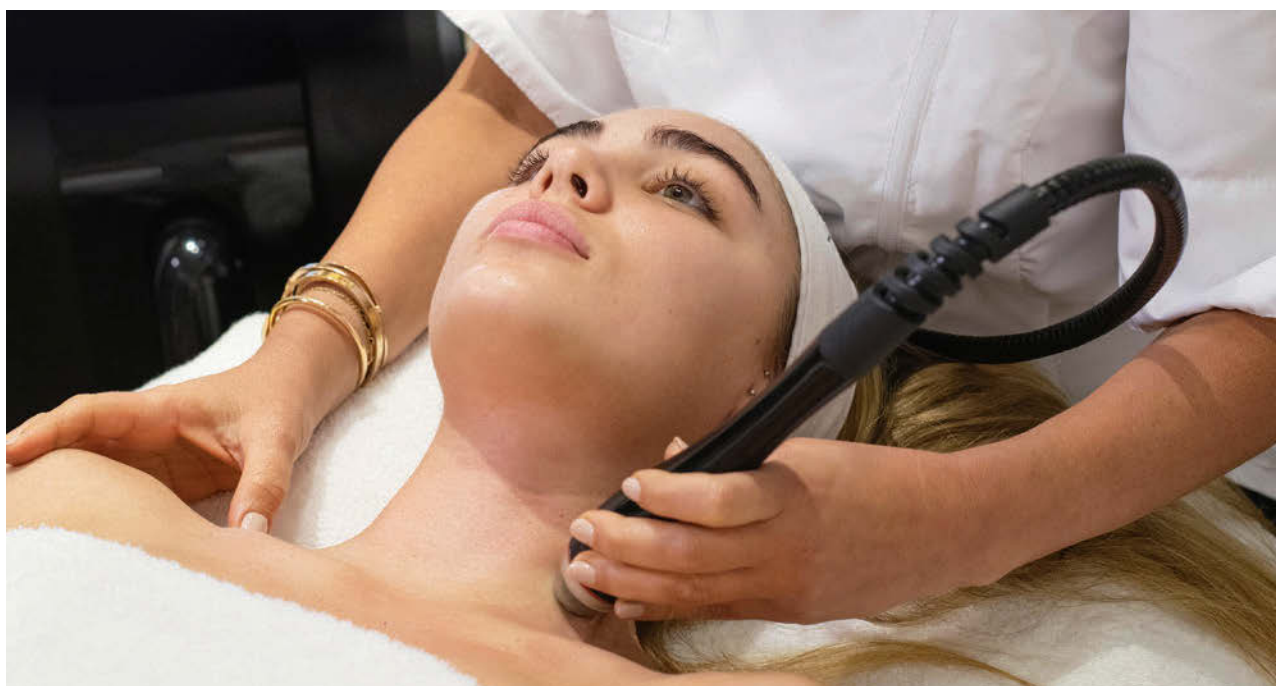


Wünschen Sie sich auch einen Rat?

Mailen Sie mir Ihre Frage:
jaqueline.kramer@health-and-beauty.com.
Ich leite Ihr Anliegen weiter!

High five für den Hals

5 APPARATIVE (KOMBI-) TREATMENTS – Kinnlinie, Hals und Dekolleté werden bei der apparativen Hautstraffung und Hautverjüngung oft vernachlässigt. Hinzu kommt, dass diese Körperpartien sensibel und nicht ganz einfach zu behandeln sind. Welche Technologien sich eignen, wie sie wirken und worauf Sie achten sollten, lesen Sie hier.



Das Gesicht wird mit Cremes, Seren, Masekn und Treatments verwöhnt, Hals und Dekolleté werden dabei leider oft vernachlässigt. Dabei ist diese Körperpartie mindestens genauso wichtig! Denn das Gesicht kann noch so frisch und strahlend sein – wenn das zarte Gewebe am Hals erschlafft und das Dekolleté unschöne Knitterfältchen zeigt, lässt sich kein harmonisches Gesamtbild erzielen. Die fol-

genden Technologien helfen Ihnen bei der Behandlung dieses **sensiblen Areals** und runden Ihre Treatments perfekt ab:

1 Hydradermabrasion: Feuchtigkeit und Pflege

Die ideale Basis jeder kosmetischen Behandlung ist eine gründliche Reinigung der Haut. Die moderne Hyd-

radermabrasion umfasst dabei drei Schritte: Peeling, Tiefenreinigung und feuchtigkeitsspendende Pflege. Insbesondere im letzten Schritt wird die Haut hydratisiert, mit wertvollen Nähr- und Wirkstoffen sowie Antioxidantien versorgt und somit gegen Umwelteinflüsse gewappnet. Flexible Behandlungsaufsätze aus weichen Materialien in verschiedenen Größen erlauben auch eine Behandlung sensibler oder knochiger Area-

le wie Hals und Dekolleté. Die Haut wird intensiv gepflegt und durchfeuchtet und damit auf nachfolgende Behandlungen vorbereitet, beispielsweise mit Radiofrequenz- oder Lasersystemen.

2 Radiofrequenz: Hautstraffung mit Tiefe

Eine der wohl etabliertesten Lösungen in der apparativen Kosmetik, um erschlafftem Gewebe wirksam zu Leibe zu rücken, ist die Radiofrequenz. Dabei wird über einige Minuten gezielt **Wärme** in der Haut aufgebaut, um das **Fasernetzwerk im Gewebe anzuregen**: Die Fibroblasten beginnen, sich zu teilen und der Dermis wird wieder genügend Kollagen, Elastin und Hyaluronsäure zur Verfügung gestellt. Sie sorgen gemeinsam dafür, dass die Haut glatter (Kollagen), praller (Hyaluronsäure) und straffer (Elastin) aussieht und Fältchen sichtbar gemildert werden. Bei der Suche nach dem richtigen System gilt es, zwei Aspekte besonders zu beachten:

1. Tiefenkontrolle: Periorbitaler Bereich, Wangen, Jawline (klar definierte Kieferlinie), Hals: Jedes Areal muss individuell betrachtet werden aufgrund der verschiedenen Hautdicken und Gewebetiefen, auf die für ein optimales Ergebnis abgezielt wird. Die Möglichkeit, die Eindringtiefe der Radiofrequenz-Energie in die Haut zu kontrollieren, ist daher von entscheidender Bedeutung. Eine variable Behandlungstiefe ermöglicht ausserdem kombinierte Behandlungen, um beispielsweise zunächst in der Tiefe des Gewebes die Neubildung von hautstraffendem Kollagen anzuregen und im Anschluss mit oberflächlicher Radiofrequenz kleine Fältchen auf der Haut zu glätten.

2. Flexibilität: Achten Sie zudem darauf, dass passende Applikatoren für unterschiedliche Areale zur Verfügung stehen, um grosse und kleine sowie knochige, unregelmässige Areale für Sie und Ihre Kunden glei-

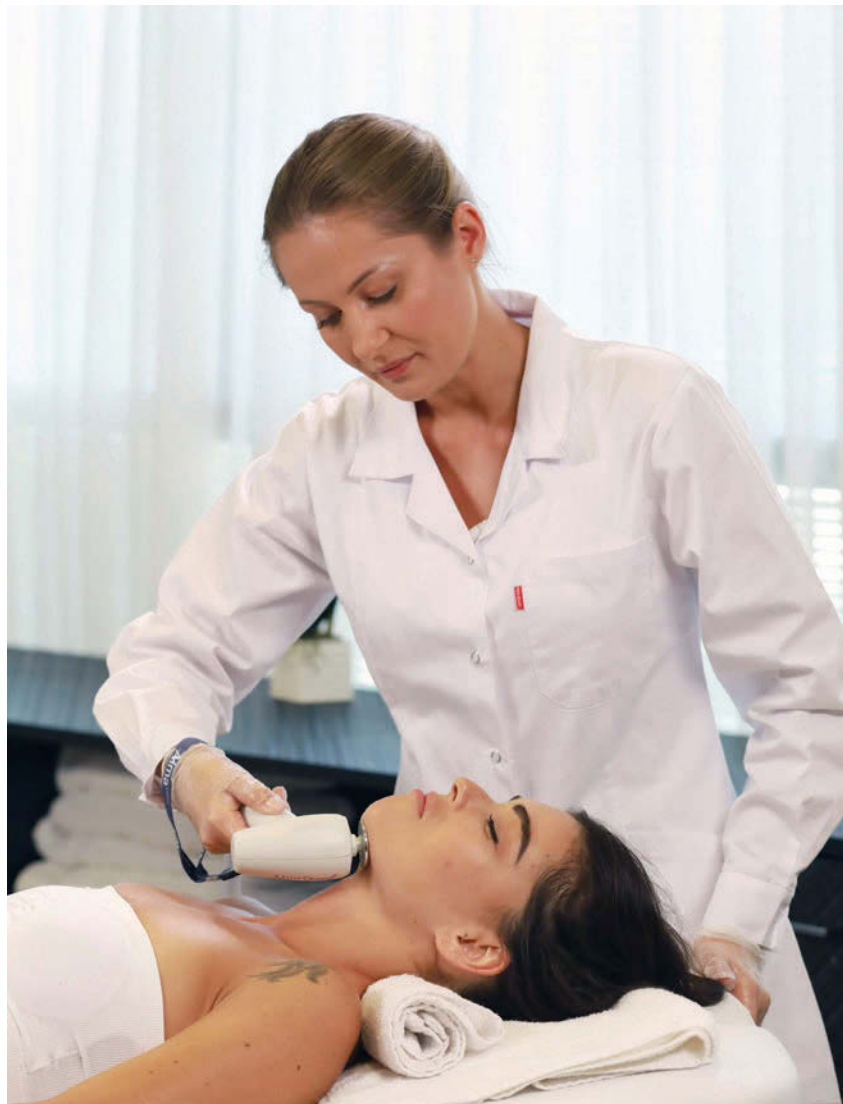
TIPP

Nehmen Sie sich Zeit für die Behandlung. Für eine wirksame Hautstraffung am Hals sollten Sie je nach Technologie rund 30 Minuten einplanen. Mit vorhergehender Hydramabrasion zur Optimierung der Ergebnisse sind es gut 60 Minuten.

chermassen komfortabel behandeln zu können.

3 Ultraschall: Adieu, Doppelkinn

Zur ganzheitlichen Betrachtung der Halsregion gehört eine definierte Jawline unweigerlich dazu. Kleine Fettpölsterchen können das Gesamtbild beeinträchtigen. Ein **Kombitreatment aus Radiofrequenz und Ultraschall** kann bei einem störenden Doppelkinn helfen.

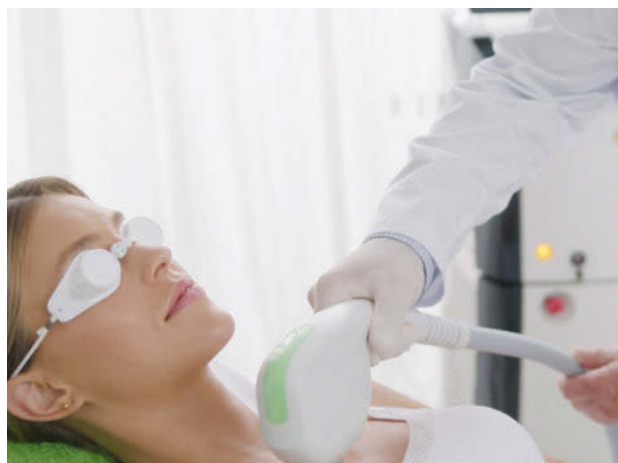


Ultraschallwellen werden gleichmässig in das Gewebe eingebracht.





Mit Licht im nahen Infrarotbereich soll das Gewebe durch gezielte Wärme sanft gestrafft werden.



Mit der Dye-Technologie soll durch gezielte, schrittweise Erwärmung der Dermis die Kollagen-Neosynthese angeregt werden.



Ablative Laser sind beispielsweise CO₂ Laser und Er:YAG Laser (Erbium-dotierte Yttrium-Aluminium-Granat Laser). Unter die ablativen Laser fallen auch die fraktionierten ablativen Laser. Diese unterscheiden sich dahingehend von den klassischen ablativen Lasern, dass die Anwendung des Laserlichtes nicht flächig erfolgt, sondern auf viele kleine Gewebereale verteilt (fraktioniert) wird.

Ultraschallwellen werden gleichmässig in das Gewebe eingebracht und bekämpfen dort hartnäckige Fettzellen, ohne umliegendes Gewebe zu schädigen. Spezielle Technologien öffnen durch ihre spezifischen Ultraschallwellen die Membran der Fettzellen im Zielgewebe und lösen das Freisetzen von gespeichertem Fett aus. Die zerstörten Fettzellen werden vom Körper über das Lymphsystem abgebaut. Die Behandlung reduziert so das Volumen von Fettpolstern und strafft die Konturen auf Arealen, die typischerweise nicht leicht zu behandeln sind, wie an den Knien oder dem besagten Doppelkinn. Ein System mit verschiedenen Applikatoren gibt Flexibilität zur Behandlung grosser und kleiner Areale.

4 Hautstraffung mit Licht

Auch verschiedene Lichttechnologien können sich eignen, um das Gewebe durch gezielte Wärme sanft zu straffen, beispielsweise durch Licht im **nahen Infrarotbereich** oder durch die sanfte Behandlung mit einer **Dye-Technologie**. Auch hier wird durch gezielte schrittweise Erwärmung der Dermis die Kollagen-Neosynthese angeregt, die langfristig eine Festigung und Straffung der Haut bewirkt. Ärzte können einige der genannten Lichttechnologien nutzen, um weitere Zeichen der Hautalterung wie Pigmentveränderungen oder störende Gefässe zu entfernen. Diese Anwendung unterliegt jedoch nach der neuen NiSV-Regulierung einem strikten Arztvorbehalt, da es sich um medizinische Indikationen handelt beziehungsweise handeln kann. Die beschriebene Reduktion von Pigment- und Gefässveränderungen darf von Nichtärzten auch nicht als Nebeneffekt der Straffungsbehandlung beworben werden.

5 Nur für Ärzte: Fraktioniert-ablative Verfahren

Die **Lasermethoden** schliesslich bietet eine grosse Bandbreite an Technologien mit fraktioniert-ablativen, nicht ablativen oder sogar kombinierten

Möglichkeiten zur Hautverjüngung. Zudem steht mit der **Mikroplasma-Technologie** auch ein fraktioniert-ablatives Instrument auf Radiofrequenz-Plattformen zur Verfügung, das sich auch zur intensiven Straffung mit der oben beschriebenen Radiofrequenz kombinieren lässt. Seit 1. Juni 2019 regelt die **V-NISSG** daher die Behandlungen mit Laserstrahlung und Licht. Spätestens seit Inkrafttreten der neuen **V-NISSG-Regulierung** sind diese fraktioniert-ablativen Verfahren zur Hautverjüngung, sei es mit Laser- oder Mikroplasma, jedoch strikt Ärzten vorbehalten, da hierdurch die **Integrität der Hautbarriere verletzt** wird. Lediglich eine thermische Straffung mit Mikroplasma darf beispielsweise noch durch Nicht-Ärzte erfolgen. □



DÖRTE BOSSE

Die Autorin ist Kosmetikerin und Schulungsleiterin bei Alma Beauty in Nürnberg.
www.almabeauty.de



Wir sehen uns
in 2022!



High Profile Beauty

BEAUTY FORUM SWISS is an event by

**Health and Beauty
Marketing Swiss GmbH**

A company of
**HEALTH
AND
BEAUTY**

Part of



X-MAS SPECIALS

Schönes zum Fest

ZUSAMMEN STARK

mesoestetic | Pünktlich zu Weihnachten lanciert mesoestetic die vier Anti-Aging-Linien als Weihnachtssets und dazu das „ha densimatrix“, ein Hyaluronserum mit vier verschiedenen Molekulargrößen für mehr Feuchtigkeit in den kalten Monaten. Das Contour-Produkt für die Augen- oder Lippenpflege gibt's im Set gratis dazu.

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



GROSSE AUSWAHL

Skeyndor | Die Qual der Wahl: Skeyndor lanciert zur Weihnachtssaison 16 Christmas-Sets und on top einen limitierten Adventskalender. So gibt es zwei Sets in der Kategorie „Timeless“, acht Sets aus dem Bereich „Power“, fünf „Premium-Sets“ sowie ein „Special Eyes Kit“. Der Adventskalender enthält 22 Glasampullen und zwei Cremes im 15-ml-Format.

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



LIEBE VERSCHENKEN

Dr. Spiller | Das Motto für diese Weihnachten heisst bei Dr. Spiller: „Be Beautiful. Spread Love.“ Daher stehen die Pflegesets jeweils für einen besonderen Wert, der diese Welt menschlicher und liebevoller machen kann. So tragen die Sets zum Vorteilspreis Namen wie „Selbstliebe“, „Dankbarkeit“, „Unabhängigkeit“, „Rücksicht“, „Mut“ und „Hoffnung“.

www.dr-spiller.com



FESTLICHER GLANZ

Babor | Der Adventskalender von Babor ist auch ungeöffnet ein Hingucker: Seine Front versprüht in ihrem Look in Schwarz, Weiss und Gold Weihnachts-Feeling, und zeigt das festlich dekorierte Baborhaus. Hinter seinen Türcchen versteckt der Adventskalender die neuen „Precious Collection Ampoule Concentrates“. Die aufeinander abgestimmten Ampullen sollen für eine glattere und jugendlichere Haut zum Fest sorgen.

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



WINTERFREUDE

Reviderm | Freude in der Winterzeit versprechen die limitierten Beauty-Sets von Reviderm. Vom „pure skin-sation“-Adventskalender mit 24 gläsernen Ampullen über Pflegesets wie das „sensational face“- oder „sensational eyes“-Set bis hin zum Set „sensational look“ mit ausgewählten Make-up-Produkten bietet Reviderm eine breite Auswahl an Winter-Specials, die als Geschenkinspirationen dienen können.

Tel. +49 (0)81 04 88 73-0, www.reviderm.com

Tässchen gefällig?

3 FRAGEN AN – Die Schweiz gehört weltweit zu den Ländern mit dem höchsten Kaffeekonsum! Durchschnittlich trinkt jeder Schweizer rund 1'000 Tassen Kaffee pro Jahr. Grund genug, einmal genauer hinzuschauen, was der Kaffeekonsum mit unserer Gesundheit und mit unserer Haut macht. Wir haben darüber mit Better-Aging-Expertin Christiane Barton gesprochen.

ZUR PERSON



CHRISTIANE BARTON

Unsere Interviewpartnerin ist seit 2003 in der Fitnessbranche tätig. Sie ist aktuell Premium Personal Trainerin mit den Schwerpunkten Gesundheits- und Ernährungstraining.

1 BEAUTY FORUM: Wie kann sich Kaffeetrinken auf das Hautbild auswirken? Trocknet Kaffee die Haut aus?

Christiane Barton: Anhand von Ernährungsprotokollen meiner Klienten erkenne ich, dass das Genussmittel Kaffee gar nicht als solches verwendet wird. Er wird fast nur noch nebenbei getrunken. Unbewusst kommt es so oft zu 1,5 Liter am Tag. Kaffeefullautomaten zaubern nicht nur

den antioxidativ wirkenden Espresso, sondern meist auch die kalorienreichen Kaffeespezialitäten wie Cappuccino oder Latte Macchiato. Doch Milch hat einen hohen glykämischen Index, also den Wert, der misst, welchen Einfluss ein Nahrungsmittel auf den Blutzuckerspiegel ausübt. Der wiederum triggert unsere Bauchspeicheldrüse und sorgt biochemisch, gesehen, je nach Menge, für einen starken Anstieg des Insulins. Pickel, Mitesser und (Haut-)entzündungen sind häufige Konsequenzen. Einige Dermatologen empfehlen, auf ungesüsste Pflanzenmilch umzusteigen. Entzündungsprozesse sind hier etwas niedriger. Allerdings sorgt die darin enthaltene natürliche Süsse für ähnliche Reaktionen der Bauchspeicheldrüse.

Stellt man also eine Verschlechterung des Hautbildes fest, macht es zunächst einmal Sinn, die Menge der Milch zu reduzieren und dann die des Kaffees. Dass Kaffee dehydrieren und eine trockene Haut verursachen soll, hat sich übrigens längst als Mythos herausgestellt. Zwar hat Kaffee beim Menschen erst einmal einen harntreibenden Effekt und signalisiert dem Körper, vermehrt Flüssigkeit auszuscheiden. Schnell tritt aber der Gewöhnungseffekt ein. In zahlreichen Studien konnte belegt werden, dass sich der Konsum kaum bis gar nicht auf unseren Flüssigkeitshaushalt auswirkt.

2 Verändert sich die Haut, wenn wir aufhören, Kaffee zu trinken?

Streng genommen ja! Die Haut wird schlapper. Ja, richtig gelesen! Tatsächlich enthält Kaffee (ohne die Milch!) sogenannte Antioxidantien. Die zu den Polyphenolen gehörenden Flavonoide, Chlorogensäuren und Resveratrol sowie Melanoidine. Sie machen dem Alterungsprozess unseres Körpers einen Strich durch die Rechnung. Sie wirken als Radikalfänger und reparieren sowie verringern Hautschäden, die uns jünger und frischer wirken lassen.

3 Kaffee (Koffein) macht Stress. Stress ist schlecht für die Haut. Stimmt das?

Meine Lieblingsantwort: Kommt darauf an! Konsumieren wir, wie oben beschrieben, nur im „Vorbeihetzen“ Kaffee, nehmen wir Koffein zu uns, das unsere Nebenniere zur Adrenalin- und Cortisolproduktion antreibt. Bedeutet: Der Körper wird noch mehr als vielleicht ohnehin schon in den „Fight-or-Flight-Modus“ versetzt und mit noch mehr Stresshormonen übersättigt. Es kommt zur Verengung der Blutgefässe, wodurch die Haut fahl werden kann. Dass wir aber mit einem frischen Teint belohnt werden, wenn wir Kaffee aus unserem Leben verbannen, stimmt so nicht. Vielleicht ist es angeraten, Kaffee künftig nur noch in entspannter Atmosphäre nach einer Nacht mit qualitativ gutem Schlaf zu geniessen und unseren Flüssigkeitshaushalt lieber mit genügend Wasser zu versorgen. Das ist dann auch gut für die Haut. ☐

Das Interview führte Yvonne Menges

GENERATION

X

- Jahrgänge 1967-1982
- Alter: 36-51 Jahre
- Strebt nach Individualität und beruflicher Selbstständigkeit
- Legt wert auf Wohlstand und konsumiert gerne



Die Gen X geht online

DIE GENERATIONEN ALS KUNDEN, TEIL 4 – Weitergeht es in unserer Serie mit der Generation X. Diese Generation umfasst Menschen im Alter von 36 bis 51 Jahren, die gerade in der Blüte ihrer Kaufkraft stehen und damit eine der wichtigsten Konsumgenerationen sind. Björn Doswald verrät Ihnen, wie und wo Sie die Gen X am besten online erreichen können.

Grafik: Astel Design/Shutterstock.com

Die Generation X wird in Bezug auf Marketing sehr oft übersehen, ist jedoch sehr interessant, da sie sich aktuell in den besten Jahren ihrer Kaufkraft befindet.

Das ist die Gen X

Zwar verfügt diese Generation über eine starke Kaufkraft, allerdings achtet sie auch sehr darauf, das Geld nicht für Unnützes zu verschwenden. Die Generation X ist momentan mitten im Leben angekommen und legt ihren Fokus auf Karriere und Familie. Ihre Jugendzeit verbrachte die Gen X ohne moderne Technologie. Erst in den zwischen 20 bis 30 Jahren wurde sie damit konfrontiert – das Wissen sowie das Interesse an moderner Technologie sind daher sehr unterschiedlich. Dadurch wurde die Generation sowohl von den früheren Baby Boomern als auch den Millennials beeinflusst. Erreichbar ist sie mit klassischen und digitalen Medien.

Altbewährte Plattformen

In grosser Zahl anzutreffen sind die Vertreter der Gen X auf Social Media. Jedoch nicht auf neueren Plattformen wie Instagram oder TikTok, stattdessen setzen sie auf altbewährte. Sie nutzen Facebook, um sich mit Freunden oder Familie auszutauschen, oder

YouTube, um sich zu unterhalten oder sich Anleitungen und Hilfestellungen anzusehen. WhatsApp dient für die direkte Kommunikation. Aus diesen Gründen verspricht besonders eine Marketingaktion auf Facebook mit gezieltem Targeting eine sehr grosse Reichweite.

Durch ein unabhängiges und sehr selbstversorgendes Aufwachsen ist dieser Generation eine authentische Kommunikation besonders wichtig. Viele packen lieber noch selbst an und versuchen, etwas selbständig umzusetzen, statt jemanden dafür zu bezahlen. Dafür informieren sie sich online in Videos oder Anleitungen. Sie achten darauf, dass die Informationen möglichst klar und auf den Punkt formuliert sind damit sich der Nutzen schnell erschliesst.

Diesen Aspekt sollten Sie vor allem bei der eigenen Webseite beachten. Diese **muss in Suchmaschinen gefunden werden können (SEO-Optimierung)**, der Aufbau muss übersichtlich und das **Design responsive** sein (für alle Geräte optimiert). Wenn die Seite noch einen Mehrwert mit zusätzlichen Informationen zu einem Thema bietet, ist das ein zusätzlicher Bonus.

Interessierte Leser

Ein Newsletter-Versand kann bei dieser Generation sehr vielversprechend

sein, da sie sich gerne für Inputs bei Themen interessiert, die für sie spannend ist und sich damit auseinandersetzt. Der Aufbau einer umfangreichen Empfängerliste dauert seine Zeit, dafür ist der Marketingnutzen bei dieser Generation sehr hoch.

Zufriedenheit = Loyalität

Ein gutes Angebot lässt sich die Gen X nicht so schnell durch die Lappen gehen. Da sie durch ihre Jugendjahre noch die sparende Mentalität verinnerlicht hat, legt sie grossen Wert auf Rabatte und Spezialangebote. Die Kundenloyalität ist nicht ganz so hoch wie bei den Baby Boomern. Sind Menschen der Gen X jedoch mit einem Angebot zufrieden, werden sie sehr gerne nochmals dieselben Angebote konsumieren, ganz besonders, wenn sie für ihre Loyalität auch noch belohnt werden. □



BJÖRN DOSWALD

Der Autor ist Gründer der Web-Agentur WebLandschaft GmbH, die Unternehmen zur optimalen Online-Präsenz berät und für Kosmetikstudios eine Online-Software zur einfachen Studioverwaltung entwickelt.



DOSSIER

Heraus- forderung HAUT

»» PROBLEM ERKANNT, PROBLEM GEBANNT ««

Wenn die Haut Ihrer Kundin verrückt spielt, kann das verschiedene Ursachen haben. Jedenfalls sollte eine „Problemhaut“ immer von einem Profi behandelt werden, um Schlimmeres zu vermeiden. Lesen Sie auf den kommenden Seiten unter anderem, wie man mit der richtigen Hautanalyse Mechanismen hinter Hautproblemen erkennt oder wie sich Unverträglichkeiten von kosmetischen Stoffen auf die Haut auswirken.



BEREITS ERSCHIENEN:

11/2020 Von Frau zu Frau
12/2020 Match Maker
1/2021 Healthy Skin
2/2021 Wedding Beauty
3/2021 Fresh Skin
4+5/2021 Luxuskörper
6/2021 Super Sommer-Haut
7+8/2021 Love Your Age
9/2021 Ganzheitlich gepflegt
10/2021 Herrliche Herbst-Haut



NÄCHSTE AUSGABEN:

12/2021 Wonderful Skin in Winter
1/2022 Frühjahrsputz: Gepflegt ins neue Jahr
2/2022 Gestatten, Ihre Ausstattung
3/2022 Konzepte für unreine Haut
4+5/2022 Treatments für die Augenpartie
6/2022 Konzepte für sonnensensible Haut
7+8/2022 Treatments für Mund und Lippen
9/2022 Social Media für Institute
10/2022 Konzepte für reife Haut
11/2022 Treatments für ebenmässige Haut

Richtig **erkennen**



MECHANISMEN HINTER HAUTPROBLEMEN ERKENNEN

– Erst wenn man die Ursache eines Hautproblems erkennt, kann man es entsprechend behandeln. Jede Kosmetikerin kennt sie – Kunden mit unerklärlichen und oftmals hartnäckigen Hautproblemen. Die Haut dieser Kunden kann eine grosse Herausforderung sein. Kosmetikerin und Heilpraktikerin Susanne Pfau erklärt, wie mögliche Lösungswege aussehen.

Wenn man im Medical-Beauty-Bereich arbeitet, kommen oft Kunden mit starken Unreinheiten, die scheinbar behandlungsresistent sind, ins Institut. Auch Kunden mit „nervöser“ Haut, die immer wieder aus dem Gleichgewicht gerät und mit Rötungen, Schuppung und Entzündungen reagiert, sind hier an der Tagesordnung.

Um hier kompetent zu beraten und wenn möglich auch wirksam zu behandeln, ist eine gründliche Hautbeurteilung der wichtigste Grundstein. Daher rate ich auch grundsätzlich dazu, niemals am Telefon einem unbekannten Kunden eine Behandlung zu empfehlen. Kunden erzählen am Telefon zwar mitunter viel über ihre Haut, aber ist dies immer ein subjektiver

Eindruck eines Laien. Einige Kunden rufen auch mit einer bestimmten Diagnose vom Hautarzt an, zum Beispiel Rosacea. Auch hier sollte grundsätzlich eine eigene Hautbeurteilung im Vorfeld erfolgen. Demzufolge dauert der Ersttermin eines Kunden immer etwas länger. Diese Zeit ist jedoch gut investiert, sie bildet den Grundstein für eine vertrauensvolle Kundenbeziehung.

Fragebogen und Gespräch

Ein ausführlicher Fragebogen, gerne auch zum Ankreuzen, gibt Aufschluss über einige grundlegende Dinge. **Abgefragt werden sollten hier auf jeden Fall:**

– Kontaktdaten (die Aufklärung zum Datenschutz nicht vergessen)

- Pflegegewohnheiten (Gab es regelmässige Kosmetiktermine bisher? Werden Produkte zu Hause auch regelmässig und richtig verwendet?)
 - Medikamenteneinnahme
 - Unverträglichkeiten und Allergien (Allergiepass, wenn vorhanden)
 - Ernährung
 - Erkrankungen (insbesondere chronische)
 - Genussmittel
 - Sonnengewohnheiten
 - Beruf
 - Hautarztbehandlung
 - Eingriffe (zum Beispiel OPs, Filler- oder Botox-Behandlungen)
 - Laser oder Tiefenpeeling
- Danach wird in einem Gespräch ermittelt, was dem Kunden besonders wichtig ist,

was ihn an seiner Haut persönlich stört und wo Probleme auftreten.

Hier auch nachfragen, was zur Lösung bereits unternommen wurde. Präferenzen bei kosmetischen Behandlungen sollten ebenso angesprochen werden.

Beurteilung

Danach geht es an die Hautbeurteilung durch die Kosmetikerin. Wenn der Kunde mit gereinigter Haut gekommen ist, erleichtert das die Sache, wenn nicht, wird mit einem möglichst neutralen Produkt gereinigt.

Die Haut wird betrachtet und auch „befühlt“. Dadurch bekommt man einen Eindruck von der Hautrauigkeit und eventuell auch Rückschlüsse auf den Grad der Verhornung. Eine Lupenleuchte ist für die Hautbeurteilung unverzichtbar. Alle Bereiche des Gesichts sollten durchgegangen werden, dabei werden Auffälligkeiten notiert. **Diese geben einen Rückschluss auf den derzeitigen Hautzustand und können ausserdem helfen, bei Hautproblemen auf die richtige Fährte zu kommen:**

- Knitterfältchen: Sie entstehen durch Feuchtigkeitsmangel, daher Trinkmenge abfragen und feuchtigkeitsspendende Präparate empfehlen
- Komedonen: Hat der Kunde einen seborrhoeischer Hauttyp, seborrhoe sicca oder oleosa? Wurden Peelings gemacht?
- Geplatze Äderchen: Sie können entstehen durch Sonne, Sauna, scharfes Essen. Gibt es eine familiäre Veranlagung?
- Schuppige Bereiche: Ist es eher eine trockene Schuppung oder eine fettige? Übermässige Verhornung, Peeling-Häufigkeit oder Verwendung von AHAs erfragen.

Generell sollte man bei einem Hautproblem logisch vorgehen und alle Eventualitäten berücksichtigen.

Vier Beispiele

1 Der Kunde klagt über Pickel, bei der Hautbeurteilung zeigt sich jedoch eher eine trockene Haut ohne Komedonen:

Rote, kleine Flecken sind zu erkennen, diese werden vom Kunden für Pickel gehalten. Hier muss genau nachgefragt werden, welche Pflegegewohnheiten der Kunde hat und wie lange das Problem bereits auftritt. Bei Kundinnen nach hormonellen Verände-

rungen fragen (zum Beispiel durch die Pille, eine Schwangerschaft oder das Klimakterium). Vielleicht kann ein bestimmtes Ereignis mit dem Zeitpunkt des Auftretens in Verbindung gebracht werden.

Mitunter stellen sich solche „Pickel“ eher als Mikroentzündungen bei einer Barriereförderung der Haut heraus. Es wäre daher also absolut kontraproduktiv, mit Produkten für Hautunreinheiten zu arbeiten.

2 Ein Kunde kommt mit der Diagnose Rosacea vom Hautarzt, jedoch helfen die verordneten Präparate nicht. Die Haut ist insgesamt schuppig, gerötet und nervös:

Wichtig ist, dass wir als Kosmetikerin keine medizinische Diagnose stellen, sehr wohl können wir aber die Diagnose des Hautarztes bei unseren Überlegungen „überprüfen“. In diesem Beispiel bin ich bei einem Kunden zu einer anderen Vermutung gekommen: Periorale Dermatitis. Hier wird mit einer anderen Strategie gearbeitet als bei Rosacea. Ich lag richtig, die Haut des Kunden hat sich normalisiert. In diesem Fall kann man den Kunden auch für eine Differenzialdiagnose noch einmal zu einem anderen Hautarzt schicken.

3 Auch sehr langwierig und problematisch sind Kunden mit Kratzakne:

Eigentlich ist die Haut gar nicht unrein, vielmehr werden kleinste Komedonen und (vermeintliche) Pickel manipuliert. Es wird gedrückt und gepult. Mitunter bilden sich dadurch eine wirkliche Entzündung und ein Schorf.

Da auch hier immer noch etwas vermutet wird, heilt die Stelle nicht ab, sondern der Kunde malträt die Haut weiter. Wenn diese Stellen doch irgendwann abheilen, bleibt oftmals ein dunkler Fleck, die sogenannte Postinflammatorische Hyperpigmentation, zurück. Daher wirkt die Haut dieser Kunden auf den Blick immer sehr uneben und unruhig. Hier muss auch ganz genau hingeschaut werden. Sind wirklich, objektiv betrachtet, viele Komedonen da? In den meisten Fällen braucht es viel Aufklärungsarbeit und Geduld, um hier das Problem in den Griff zu kriegen.

4 Der Kunde klagt über trockene Haut:

Das kennen wir alle – ein Kunde klagt über trockene Haut, kommt jedoch mit den selbst gekauften reichhaltigen Produkten nicht klar. Höchste Zeit für eine eingehende Hautbeurteilung: Wie ist der Grundtypus



Es ist immer wichtig, ganz genau hinzuschauen und über eine gründliche Hautbeurteilung das eigentliche Problem zu ergründen. Sonst behandeln wir unsere Kunden mit der falschen Strategie und können auch keine geeigneten Produkte empfehlen.

Gerade diese fachliche Kompetenz unterscheidet eine gute Kosmetikerin von der Parfümerie oder Apotheke.

der Haut? Bei einer tatsächlichen Seborrhoe ist die Haut fett und feuchtigkeitsarm, mit Neigung zu früher Faltenbildung, eventuell sensibel und dünn. Oftmals findet man dann jedoch eine eher normale Haut mit Tendenz zur Mischhaut. Überverhornungen, die zur Schuppung an der Nase oder am Kinn führen, werden falsch als Trockenheit gedeutet. Nun ist es wichtig, zu schauen, wo das Trockenheitsgefühl herkommt, und das ist in der Regel ein ausgeprägter Feuchtigkeitsmangel – dieser ist dann gut kosmetisch behandelbar.

Fazit

Hinterfragen Sie immer, warum ein bestimmtes Produkt verwendet wird. Es kommt oft vor, dass Kunden mit fettiger und unreiner Haut zur Pflege Öle für ihre Haut verwenden. Das passt einfach nicht und kann dem Kunden auch ganz leicht erklärt werden. Wenn Medikamente vom Hautarzt verordnet wurden, darf die Kosmetikerin nicht einfach sagen, dass diese abgesetzt werden sollen. Sehr wohl aber kann sie empfehlen, eine zweite Meinung einzuholen. □



SUSANNE PFAU

Die staatlich geprüfte Kosmetikerin und Heilpraktikerin mit eigenem Institut ist Inhaberin der Firma Pfau Cosmetics. Sie ist spezialisiert auf Problemhaut und Pigmentflecken sowie Anti-Aging.

Ausser Rand und Band

POD, MASKNE UND ROSACEA – Alle drei sind weitverbreitete Hautbilder unserer Gegenwart. Aber was genau zeichnet sie aus? Welche Alleinstellungsmerkmale oder auch Gemeinsamkeiten besitzen sie und was kann der Hautspezialist dagegen unternehmen?



Periorale Dermatitis (POD), Mundrose, Mannequin- oder auch Stewardessenkrankheit: Sie hat viele Namen, aktuell oftmals mit Maskne betitelt, doch was

genau ist darunter zu verstehen? Wie der Begriff „perioral“ schon vermuten lässt, wird damit eine nicht ansteckende Hautentzündung um den Mund herum beschrieben. Ebenso

kann diese Art der Dermatitis allerdings an den Augenlidern, am Kinn oder auch an der Wange auftreten. Optisch bestehen grosse Ähnlichkeiten zur Akne oder auch Rosacea.



Erfragen Sie auch die Gewohnheiten und Lebensumstände Ihrer Kunden: Legen sie Wert auf eine gesunde Work-Life-Balance? Achten sie auf eine ausgewogene Ernährung? Verwenden sie eine Kosmetikmarke, die auf ihr persönliches Hautbild optimal abgestimmt ist? Beziehen Sie auch diese Faktoren in Ihre Beratung und Behandlung mit ein.

POD und Maskne

Trotz der Ähnlichkeit mit anderen verwandten Hautbildern lässt sich die POD durch unterschiedlichste Symptome abgrenzen. Neben diffusen Rötungen, Bläschenbildungen wie Papeln oder Pusteln, können Trockenheit mit Schuppenbildung sowie ein Brennen oder Jucken im betroffenen Areal als Symptome auftreten.

Kennzeichnend für ein von POD betroffenes Hautareal ist ausserdem ein hoher, also sehr basischer, pH-Wert. Das ist ein entscheidender Faktor, der bei der Wahl der verwendeten Wirkstoffe auf jeden Fall mit einbezogen werden sollte.

Was ist Rosacea?

In der Medizin kennt man die in der Kosmetik betitelte Couperose nicht, denn es ist ein rein kosmetischer Begriff, der in keinem Pschyrembel (medizinisches Nachschlagewerk) zu finden ist. **Die kosmetische Couperose ist in der Medizin vergleichbar mit Rosacea im Stadium I.** Bei der Rosacea handelt es sich, im Gegensatz zur POD und Maskne um eine Gefässerkrankung, die meist chronisch in verschiedenen Stadien verläuft und mit erweiterten Gefässen einhergeht. Dabei handelt es sich also um ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal der drei Hautbilder.

Die Frühform der Rosacea (R. teleangiectatica) ist an leichten Teleangiectasien erkennbar, meist an den Nasenflügeln oder Wangen beginnend. Die eigentliche Rosacea beginnt zunächst mit unscharf begrenzten Rötungen sowie Gefässerweiterungen (R. erythematosae), meist an Nase, Wangen, aber auch Kinn und Stirn. Dieses erste Stadium wird meist in der Kosmetik als Couperose bezeichnet. Sie kann schuppig, trocken oder ölig sein. Im späteren Verlauf (Stadium II) sind entzündete Papeln und Pusteln sichtbar (R. pustulosa). Zusätzlich ausgelöst werden können sie durch eine vermehrte Besiedlung mit der Demodex-Milbe (Demodex folliculorum). Sie ist zwar Bestandteil unserer Hautflora, kann aber bei starkem Befall Entzündungen mit Pa-

pel- oder Pustelbildungen auslösen. Im Stadium III (R. hypertrophicans) kommt es zu Bindegewebs- und Talgdrüsenwucherungen, bis hin zur Rhinophymbildung (sogenannte Knollennase), die allerdings fast nur bei Männern auftritt.

Betroffene Hauttypen

Das grosse Problem bei diesen Hautbildern sind die eindringenden Bakterien. Sind Hautbilder nicht vollständig intakt und leiden unter einem Barrierschaden, können Bakterien folglich leichter eindringen, wohingegen eine gesunde Barriere dazu instand ist, die Haut vor Fremdbakterien zu schützen.

Beispielhaft für die genannten Hautprobleme sind trockene Hautbil-



DOS UND DON'TS FÜR BEHANDLUNGEN UND TREATMENTS

Was haben POD, Maskne und Rosacea gemein? Richtig, eine geschädigte Hautbarriere. Aufgrund dieser Gemeinsamkeit können grösstenteils gleiche Empfehlungen für mögliche Behandlungsschritte ausgesprochen werden.

Dos:

- Bei allen drei Hautbildern sollte auf eine milde Reinigung mittels Schaum oder Öl sowie auf die Verwendung von lauwarmem Wasser geachtet werden. Ausserdem bieten sich hier ein enzymatisches Peeling sowie eine Lymphdrainage an.
- Auch die apparative Kosmetik kann für die Behandlung dieser Hautbilder sinnvoll sein. In Abhängigkeit davon, mit welchen Geräten gearbeitet wird, eignen sich bei POD und Maskne Jet-Geräte, Ultraschall und bei Rosacea zusätzlich auch Mezotix. Zur Unterstützung der Geräte sollte mit leichten, beruhigenden, entzündungshemmenden (speziell bei der Rosacea mit gefässstabilisierenden) Wirkstoffen, mit Seren, Masken sowie einem Sonnenschutz mit LSF 30 oder 50 gearbeitet werden.
- Konkret eignen sich die folgenden Wirkstoffe zur Behandlung: Boswelliasäure, Troxerutin, Mäusedornextrakt, Azelainsäure, Vitamin B5, Niacin, Azulen, Silber oder auch Ichthyolsäure.

Don'ts:

- Zu vermeiden sind mechanische Peelings, Reinigungsbürstchen sowie intensive Fruchtsäure-Behandlungen. Also alles, was die bereits geschädigte Hautbarriere zu sehr überfordert. Dazu zählen darüber hinaus Needling, klassische Gesichtsmassagen, Bedampfung sowie die Verwendung von sehr warmem und sehr kaltem Wasser.
- Speziell bei der POD oder Maskne sollte zudem auf Anti-Aging-, Hyaluronsäure- sowie wärmende Behandlungen verzichtet werden.
- Weniger empfehlenswerte Wirkstoffe sind für diese Hautbilder demnach starke Fruchtsäuren, Retinol, gross- und mittelmolekulare Hyaluronsäure. Im Akutstadium sollte ausserdem auf zu viele unterschiedliche Wirkstoffe verzichtet werden. Mit der Verwendung von Anti-Aging-Wirkstoffen sollte gewartet werden, bis das Akutstadium überstanden ist.



Bei der Rosacea handelt es sich im Gegensatz zur POD und Maskne um eine Gefässerkrankung, die meist chronisch in verschiedenen Stadien verläuft und mit erweiterten Gefässen einhergeht.



Neben diffusen Rötungen, Bläschenbildungen wie Papeln oder Pusteln können bei der perioralen Dermatitis Trockenheit mit Schuppenbildung sowie ein Brennen oder Jucken als Symptome auftreten.



Speziell bei der POD oder Maskne sollte unter anderem auf Anti-Aging-, Hyaluronsäure-, sowie wärmende Behandlungen verzichtet werden.

der, denn: Dort siedeln sich deutlich schneller Bakterien an, da auch hier die Barriere nicht vollkommen intakt ist. Grundsätzlich neigen ausserdem Menschen mit schlechtem Bindegewebe zur Rosacea sowie jene, die zu Allergien oder Unverträglichkeiten neigen, zu POD, Maskne oder Rosacea.

Tipps für die Heimpflege

Die Hautpflege endet natürlich nicht in der Praxis oder dem Institut, sondern sollte zu Hause im heimischen Badezimmer fortgeführt werden. Dafür eignen sich **milde Reinigungsprodukte** als Schaum oder Öl sowie ein mildes Tonic für die morgendliche und abendliche Verwendung. Speziell zur heimischen Behandlung von POD und Maskne sollte zunächst nur ein **Serum** verwendet werden und, sollte die Haut trocken-schuppig sein, empfiehlt sich die Verwendung einer leichten Creme mit Silber und Azulen.

Bei Rosacea wiederum werden passend zur Haut das Serum und in Abstimmung auf den Lipidgehalt der

Haut die Creme gewählt. Zudem sollte auf Heimgeräte verzichtet und die Haut nur mit frisch gewaschenen Händen berührt werden. Wurde die Haut gereinigt, sollte sie zum Trocknen lediglich abgetupft und nicht gerieben werden, um unnötige Hautirritationen zu vermeiden.

Das Handtuch sollte im Übrigen häufig, am besten täglich, gewechselt werden. Und da Handys oft in Kontakt mit dem Gesicht kommen, sollte auf regelmässige Desinfektion des Gerätes geachtet werden, um den Kontakt mit Fremdbakterien möglichst zu vermeiden.

Befindet sich die Haut im Akutstadium, sollte **auf Make-up verzichtet** und, falls notwendig, auf Mineralpuder umgestiegen werden. Und auch hier steckt der Teufel im Detail: Für das Auftragen des Puders sollte auf die Verwendung von zarten und desinfizierten Pinseln geachtet werden. Doch die Suche sollte nicht bei der gewählten Kosmetik aufhören.

Auch die **Ernährung** kann einen entscheidenden Beitrag zur Hautgesundheit leisten. Vermieden werden

sollten daher belastende Stoffe wie Hormone oder Antibiotika aus tierischen Produkten, hoher Zuckerkonsum, scharfe Gewürze, Fast Food oder auch Alkohol.

Fazit

Wichtig ist jedoch, die Kunden ganzheitlich zu betrachten: Legen sie Wert auf eine gesunde Work-Life-Balance? Pflegen sie eine ausgewogene Ernährung? Bleiben sie derzeit einer Kosmetikmarke treu, die auf ihr persönliches Hautbild optimal abgestimmt ist? Eine gründliche Anamnese kann bei der anschliessenden Behandlung Gold wert sein! □

BEATE SCHILLINGS

Die Autorin ist seit fast 30 Jahren Kosmetikerin und war 17 Jahre selbstständig mit einem eigenen Institut. Seit 2019 ist sie Geschäftsführerin der Marke Puvero, die sich auf vegane Wirkstoffe für apparative Kosmetik sowie vegane Pflegeprodukte spezialisiert hat.



Medical? Beauty? Beides!

BEAUTY FORUM MEDICAL – Ihre Fachzeitschrift für medizinische Kosmetik



Brennpunkt Kosmetik

UNVERTRÄGLICHKEITEN UND ALLERGIEN DURCH KOSMETISCHE INHALTSSTOFFE –

Viele Ihrer Kunden leiden unter Allergien oder Unverträglichkeiten. Aber was ist eigentlich der Unterschied, werden die Hautreizungen durch kosmetische Inhaltsstoffe hervorgerufen und auf was muss bei einer Kosmetikbehandlung geachtet werden? Auf diese Fragen weiss Kosmetikerin Christiane Laszig Rat.



Aktuell leiden etwa drei Millionen Menschen der Schweizer Bevölkerung unter Allergien oder Unverträglichkeiten. Allergien sind Abwehrreaktionen unseres Immunsystems auf bestimmte Stoffe. Wer auf welchen Stoff wie und wann reagiert, ist individuell.

Allergische Reaktionen

Die Auslöser, die sogenannte Allergene finden wir unter anderem in unserer natürlichen Umgebung, in pflanzlichen und tierischen Nahrungsmitteln, in Kosmetika, in anderen Produkten des täglichen Bedarfs und in unserer Arbeitswelt. **Sensibilisierte Personen reagieren auf einen an sich harmlosen Stoff, als würde es sich um einen gefährlichen Gegner handeln.** Bei Kontaktallergien wird die Haut dann dort, wo sie mit Allergenen in Berührung kommt,

durchblutet. Je nachdem wie stark die Allergie ausgeprägt ist, kann eine sehr empfindliche Person sogar mit Schwellungen im Gesicht reagieren, wenn sie ihren Partner küsst und er dabei das für sie falsche Rasierwasser benutzt.

In so einem Fall genügt schon die Berührung. Sofort sind die Abwehrzellen alarmbereit, die Haut reagiert auf den oder die Auslöser mit mehr oder weniger starkem Juckreiz, juckenden Ausschlägen um die Nase, trockener Haut unter den Augen, Hautschuppung, plötzlich vermehrten Unreinheiten, roten Pusteln, Rötungen, Brennen, Quaddeln, Bläschen, Blasen, nässendem Hautausschlag und Schwellungen. **Die heftigste Reaktion ist wohl eine allergische Kontaktdermatitis.** Bei Reaktionen helfen beruhigende Substanzen wie unter anderem Panthenol und verschreibungspflichtige Cortisone.

Unverträglichkeiten und Co.

Allergische Hautreaktionen werden gern mit Unverträglichkeit gleichgesetzt, was so nicht stimmt. Bei allergischen Reaktionen bildet unser Immunsystem Antikörper gegen eine normalerweise gut verträgliche Substanz.

Bei einer Hautunverträglichkeit reagiert es zwar ebenso auf eine ansonsten gut verträgliche Substanz, es werden aber keine Antikörper gebildet. Auslöser beider Reaktionen ist oft ein psychischer beziehungsweise physischer Stress. Wichtig ist nun, die Hautbarriere zu stärken und für körperliche Ausgeglichenheit zu sorgen, da eine stabile Hautbarriere weder Allergene noch Schadstoffe durchlässt.

Allergien entwickeln sich nicht nach einem bestimmten Muster. Sie können sich sofort, nach Stunden/Tagen zeigen, oder aber sie treten erst nach jahrelanger Verwendung

auf. Wann und bei wem so etwas passiert, lässt sich nicht voraussagen. Wer bisher mit so einem Produkt gut gefahren ist, wird bei dieser Spättyp-Allergie Zeit brauchen, bis er den Auslöser entdeckt.



Wer wissen will, ob eine Allergie oder Unverträglichkeit gegen Kosmetika vorliegt, lässt am besten beim Dermatologen einen Allergietest machen. Ist das Problem bekannt, kann mit guten Produkten die Hautbarriere gestärkt und die Haut stabilisiert werden. Hier sind wir gefragt.

Die Auslöser

Allergien und Unverträglichkeiten gegen Kosmetika können sowohl durch synthetische als auch natürliche Substanzen ausgelöst werden, das heisst, **Naturkosmetik ist kein Garant für eine gut verträgliche Pflege**. Enthaltene Pflanzenauszüge können irritierende und sensibilisierende Stoffe enthalten, die Allergien und Unverträglichkeiten hervorrufen können. Dazu zählen zum Beispiel Perubalsam, Arnika, Kamille, Calendula, Thymian, Teebaumöl, ätherische Öle, natürliche Aromen, Kräuter- und Blütenextrakte unter anderem auf Propolis und Bienenwachs reagieren meist viele Pollenallergiker allergisch. Dennoch macht Naturkosmetik Sinn, da die natürlichen Substanzen leichter verstoffwechselt werden können.

Neben Kontaktallergien durch Kosmetika und Tragen von Schmuck kann auch Sonnenlicht entzündliche Hautprozesse begünstigen. Helle Haut ist häufiger betroffen, da ihr Eigenschutz gering ist. Generell wird helle Haut eher als sensibel wahrgenommen als dunklere, doch das ist oft nur ein Gefühl.

Es gibt auch noch eine Menge Pseudoallergien, sogenannte Intoleranzen, die nur scheinbare Allergien mit ausgeprägten Reaktionen wie Urtikaria (Nesselsucht), Haut-

ausschlägen, Hautrötungen sind. Bei ihnen ist das Immunsystem nicht beteiligt.

Pflege für sensible Haut

Wer eine empfindliche beziehungsweise sensible Haut hat, benötigt eine gute, individuelle Hautpflege. Dabei können wir unseren Kunden helfen, indem wir Produkte bereithalten, die unsere Kunden mit Unverträglichkeiten, Allergien, Neurodermitis und Psoriasis gut vertragen werden, weil bei ihnen die Zusammensetzung stimmt.

1 Das ist kosmetisch empfehlenswert:

- **Beruhigende Wirkstoffe:** Thermalwasser, Aloe vera, Panthenol, Bisabolol, Sheabutter sowie Gurken-, Feigen-, Planktonextrakte und Vieles mehr.
- Wird auch noch für einen **ausgebalancierten Säuren-Basen-Haushalt** durch entsprechende Ernährung und Basenpräparate gesorgt, ist viel gewonnen.
- Viele Betroffene verzichten ängstlich auf Pflegeprodukte, weil sie sich vor erneuten Komplikationen und Hautreaktionen fürchten. Doch eine eingeschränkte Pflege ist eher keine Lösung, es sei denn, sie ist gezielt und nur vorübergehend. **Empfehlenswert ist eine sorgfältig ausgewählte Pflege.**

2 Das sollte vermieden werden:

- **Waschaktive Substanzen** in Shampoos, Duschgelen und Reinigungsprodukten
- beziehungsweise **zu viele und zu intensive Reinigungen und Peelings** können die Hautbarriere schwächen. Eine bereits geschädigte Haut reagiert schneller auf allergieauslösende Stoffe und kann so die Entstehung einer Allergie begünstigen.
- Zu den häufigsten Auslösern einer Kontaktallergie zählen **Perubalsam, Lanolin, Emulgatoren und diverse Duftstoffe**,
- gefolgt von **organisch synthetischen Konservierungsmitteln, synthetischen Farbstoffen, synthetisch hergestellten LSF und chemischen UV-Filtern** in Tages- und Sonnencremes. Auch dekorative Kosmetik wie Lippenstifte, Lidschatten und Mascara und vieles mehr können Auslöser sein.

Hinweisgeber

In der EU unterliegen kosmetische Produkte vielen gesetzlichen Bestimmungen, die Sicherheit gewährleisten: Es werden um-

fangreiche Verträglichkeitstests gemacht, und Rohstoffe werden sorgfältig ausgewählt, aber das heisst nicht, dass sie ausreichend vor Allergien schützen. Da Kosmetikprodukte meist komplex sind, ist es oft nicht möglich, den ursächlichen Auslöser beziehungsweise die Kombination herauszufinden. **Fatal, dass es noch immer Produkte gibt, die bekannte allergieauslösende Stoffe beinhalten.**

Auch auf Produkthinweise wie „duftneutral“, „allergenfrei“, „allergietestet“ kann man sich nicht blind verlassen, da auch diese Produkte Reaktionen hervorrufen können. Duftneutral heisst nicht, das Produkt ist frei von Duftstoffen. Es kann Duft- und Parfümstoffzusätze wie Parfüm, Fragrance, Flavor, Aroma enthalten. Und „allergietestet“ heisst lediglich, das Produkt hat im Rahmen von Routinetests keine Allergien ausgelöst. Was aber genau das bedeutet, ist nicht gesetzlich geregelt. Auch das gute Abschneiden eines Produkts bei Stiftung Warentest oder Ökotest heisst nicht, dass es keine Allergien hervorruft.

Hilfestellung INCI-Liste

Wer die Auslöser kennt, schaut am besten auf die INCI-Liste (International Nomenclature of Cosmetic Ingredients), nach, die auf jedem Produkt angegeben ist. Sinn macht auch eine App fürs Handy, die mithilfe eines Scanners Auskunft darüber gibt, welche Inhaltsstoffe ein Produkt enthält und welche Funktionen sie im Produkt ausüben.

Allergiker profitieren vor allem von möglichen Funktionen der App, wenn beispielsweise einzelne Stoffe oder ganze Stoffgruppen vorab ausgewählt werden können. Gibt es bei einem Scan eine Übereinstimmung, kennzeichnet die App diese Stoffe als Treffer. Das hilft Allergikern bei der geeigneten Produktauswahl. □



CHRISTIANE LASZIG

Die Fachkosmetikerin und Maskenbildnerin arbeitet für Film und Fernsehen und bildet Visagisten aus. Themenschwerpunkte der freien Autorin sind die Bereiche ganzheitliche Kosmetik, Anti-Aging und Make-up.

Winter-Maniküre

FÜNF SCHRITTE FÜR GEPFLEGTE HÄNDE UND NÄGEL – Welche wohlfühlenden und winterlichen Pflegeanwendungen können Sie jetzt an den kalten Tagen für Ihre Kunden anbieten? Und was sollten Sie Ihren Kunden für die begleitende Heimpflege empfehlen?



Foto: Lacquertech/Shutterstock.com

EMPFOHLENE PFLEGE FÜR ZU HAUSE:

Sie sollten Ihren Kunden empfehlen, **ein- bis zweimal am Tag** die Hände mit der passenden Pflegecreme einzucremen und die Nagelhaut mit Nagelöl einzumassieren. **Einmal die Woche** sollten Ihre Kunden nach der Händereinigung ein Peeling und eine Handpackung/Handmaske anwenden. Dabei bietet es sich für die Handmaske an, diese über Nacht mit Baumwollhandschu-

hen anzuwenden. Dann können die Wirkstoffe gut einwirken und die Hände sich von dem gestressten Alltag erholen. **Ihre Kunden sollten darauf achten, ein übermässiges Einweichen der Hände zu vermeiden.** Damit werden die Hände und Nägel immer dünner, sensibler und anfälliger für Keime und bringen das Hautmilieu in dem Bereich ins Ungleichgewicht.

Zur Begrüssung können Sie Ihre Kunden in Ihrem Studio mit einem Jasmin-, Apfel-, Zimt- oder grünen Tee begrüßen. So lassen Sie Ihre Kunden erst einmal ankommen und schaffen die Basis für eine entspannte Behandlung.

1 Als erstern Schritt desinfizieren Sie die Hände und Nägel Ihres Kunden, desinfizieren Ihre Hände und ziehen sich Handschuhe und Mundschutz an. Dann kürzen Sie die Nägel des Kunden und feilen sie in die gewünschte Form.

2 Der zweite Schritt ist dann ein erholsames 10- bis 15-minütiges

Handbad mit Vanille und Zimt. Dafür können Sie ätherische Öle in das Handbad einlassen.

3 Im dritten Schritt reinigen Sie die Nägel, schieben die Nagelhaut zurück und entfernen diese vorsichtig.

Als vierten Schritt führen Sie ein Hand-Peeling mit einem Salz-Zimt-Peeling und einer anschliessenden 10- bis 20-minütigen Handmaske mit Hyaluron durch.

4 Im vierten Schritt entfetten Sie die Nagelplatte und polieren Sie sie mit einer Polierfeile. Gegebenenfalls werden – je nach Kundenwunsch – jetzt ein Unterlack, zweimal ein Farb-

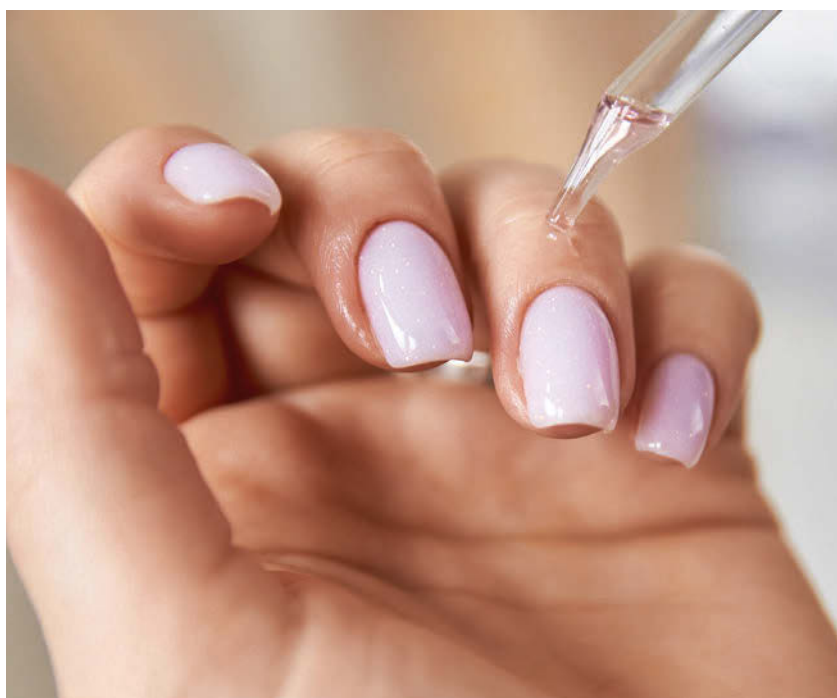


Was Sie vermeiden sollten:

- Nägel nicht zu kurz schneiden.
- Nagelbett nicht rund schneiden, sonst wächst der Nagel ein.

Worauf Sie unbedingt achten sollten:

- Am besten für jeden Kunden eine eigene Feile verwenden.



Massieren Sie ganz zum Schluss noch etwas Nagelöl auf die Nagelhaut.

lack und abschliessend der Top Coat aufgetragen.

5 Als letzten Schritt cremen Sie die Hände ein und massieren Sie dann die Hände und Finger des Kunden mit einer Massagecreme und einem Nagelöl für weitere 10 bis 15 Minuten. Aber vergessen Sie nicht, dem Kunden die Heimpflege-Tipps zu erklären und einen Folgetermin zu vereinbaren. □



FABIENNE PINGER

Die Kosmetikerin ist ausgebildete Wellness- und Spa-Managerin mit internationaler Erfahrung in den Bereichen Kosmetik und Wellness.

Entspannende *Rituale*

WOHLFÜHLMODULE IN DER KOSMETISCHEN BEHANDLUNG – Durch die Pandemie ist noch deutlicher geworden, wie gross der Einfluss von Wellness, Berührungen und Massagen auf unser Wohlbefinden wirklich ist. Kosmetikerin und Heilpraktikerin Ingrid M. Breyer verrät Ihnen, welche Rituale Sie in Ihre Behandlung einbauen können, damit sich Ihre Kundinnen während der Kosmetikbehandlungen noch wohler fühlen können.



Gerade in Zeiten von Corona wurden Wohlfühlangebote im Institut von den Kunden schmerzlich vermisst. Sie sehnten sich nach Berührung, Massagen und manuellen Anwendungen. Nicht nur die kosmetische Behandlung, sondern auch der damit verbundene Hautkontakt ist für das seelische Wohlbefinden vieler Kunden wichtig.

Wohlfühlgefühl steigern

Durch die Pandemie ist noch klarer geworden, welche immens wichtige Aufgabe die Kosmetikerin besonders durch ihre manuellen Behandlungen auch für das psychische Wohlbefinden ihrer Kunden hat. **Wichtige Aspekte bei allen kosmetischen Anwendungen für das Gesicht sind neben**

der Pflege der Haut auch die Berührungen und damit der nachhaltige Einfluss auf das Wohlempfinden. Damit gehen schon immer die Entspannung und auch die Steigerung der Lebensfreude einher. Gerade dieses Gefühl des Wohlbefindens, das mit einer kosmetischen Behandlung einhergeht, kam bei vielen Kunden im vergangenen Jahr viel zu kurz. Sie wurden auch ohne den so oft gescholtenen Stress träge, verspannt und lustlos. Es fehlten die positiven Reize und Einflüsse auf alle Sinne und der Genuss. Und genau hier sollte die Kosmetikerin bei ihren Anwendungen nun noch mehr ansetzen: **Die Kosmetikerin sollte auf die individuelle und momentane Stimmungslage und das tatsächliche Bedürfnis der Kunden eingehen.**

In vielen Instituten ist zu beobachten, dass der Fokus der Behandlung und die damit

verbundenen Behandlungsschritte jeweils auf Entspannung gelegt wird. Das darf definitiv flexibler und ganz nach der jeweiligen Konstitution und aktuellen Stimmungslage gestaltet werden und kann von Entspannung bis hin zur Aktivierung des ganzen Körpers gehen.

Gefühlslage erkennen

Die Gefühlslage der Kunden ist meist recht einfach zu erfragen und auch an manchen klaren Zeichen zu erkennen: Wie betritt die Kundin das Institut? Kommt sie voller Energie und hellwach zur Kosmetikerin oder mit hängenden Schultern, ohne Lächeln und schon äusserlich erkennbar gerade ohne Lebensfreude. **Die Kosmetikerin sollte nicht zum Psychologen wer-**

Foto: Cookie Studio/Shutterstock.com

den; jedoch sollten und können auch klare äusserliche Zeichen erkannt werden. Diese kann die Kosmetikerin durch Nachfragen und den manuellen Körperkontakt während der Behandlung untermauern. Wie ist der Tonus der Muskulatur, zum Beispiel im Schulter- beziehungsweise Nackenbereich, nämlich an der Stelle, an der sich vom Körper nicht verbrauchte Stresshormone ablagern? Ist die Kopfhaut angespannt oder ist sie leicht beweglich? Bewegt sich die Kundin locker oder liegt sie insgesamt kompakt und verkrampft auf

Die Kosmetikerin sollte auf die individuelle und momentane Stimmungslage und das tatsächliche Bedürfnis der Kunden eingehen.

der Kosmetikliege? Fühlt sich die Kundin müde und erschöpft?

Hier ist jeweils Aufmerksamkeit und Achtsamkeit der Kosmetikerin gefragt, und die nachfolgende **Behandlung sollte dement-sprechend darauf eingestellt werden**. Darauf abgestimmt darf die Kosmetikerin ihre Kundin dann jeweils ganz individuell und auch bei jedem Termin aufs Neue mit kurzen Ritualen überraschen.

Willkommensrituale

Positiv unterstützt wird die Wirkung der Behandlung durch bestimmte **Willkommensrituale, die gleichzeitig auch gezielt die Sinne ansprechen**. Wenn die Kundin entspannt ist, ist es auch die Haut, und die Anwendung zeigt eine bessere Wirkung. Für diese entspannenden Zusatzrituale reichen bereits ein bis zwei Minuten aus.

– **Kompressen:** Die warme und wohlduftende Komresse zum Start der Anwendung auf Gesicht, Hals, Dekolleté und den Nacken zu legen, gehört zum Standard im Institut. Der Duft beziehungsweise der Zusatz zum Kompressenwasser sollte jedoch ganz individuell, also je nach der Stimmungslage der Kundin, ausgewählt werden. Die Kundin kann durchaus die

Wahl selbst treffen. Während der Auflage der Komresse dürfen gerne gemeinsam mit der Kundin einige bewusste und tiefe Atemzüge durchgeführt werden. Alternativ oder zusätzlich können während des Atmens die Schultern gedehnt werden.

- **Kopfmassage:** Ist die Kopfhaut verspannt, was vor jeder Anwendung ruhig geprüft werden kann, ist eine punktuelle Kopfmassage, gefolgt von einer kurzen und intensiven Nackenmassage, sehr angenehm.
- **Wärmende Auflage:** Gerade bei Verspannungen ist es sehr wohltuend, zum Start der Anwendung eine wärmende Auflage (Kirschkernkissen, kleine, leichte Wärmflasche, Gelkissen oder Anderes) auf den Solarplexus zu legen. Das entspannt und gibt wohltuende Wärme.
- **Klopfen der Thymusdrüse:** Auch das sanfte Klopfen der Thymusdrüse vor der Reinigung lockert, befreit und entspannt.
- **Dehnungen:** Während bewusst mit der Kundin geatmet wird, kann auch das sanfte diagonale Dehnen des ganzen Körpers lockern und optimal auf die kosmetische Behandlung vorbereiten.

Schlussrituale

Zum Ende der Behandlung/Massage kann, um die Behandlung sanft zu beenden, ein entspannendes und vitalisierendes Schlussritual durchgeführt werden.

- **Massage der Ohren:** Dies sollte eigentlich zum Ende keiner Behandlung fehlen. An den Ohren ist gemäss verschiedener naturheilkundlicher Therapien der ganze Körper abgebildet, und eine intensive und durchaus kräftige Massage bringt zum Ende der Behandlung die Kundin wieder zurück ins Leben, erfrischt, aktiviert und tut einfach gut.
- **Summen von Vokalen (a, e, i, o, u):** Das Summen spricht unterschiedliche Gebiete im Körper an. Daher spricht viel dafür, gemeinsam mit der Kundin zu summen und dabei die wohltuende Wirkung davon auf bestimmte Gebiete zu lenken. Das ist eine Übung, die die Kundin auch zu Hause machen kann.
- **Lachen:** Zum Abschluss können Sie mit Ihrem Kunden mit vollem Körpereinsatz lachen. Dabei wird der ganze Körper in Bewegung gebracht, und eine mögliche Mü-



Die klassische Ohrenmassage kann nach einer Behandlung gut als Schlussritual angewendet werden.

digkeit nach der Behandlung verschwindet sofort. Eine Minute aktives Lachen produziert bereits jede Menge Glückshormone, der Kreislauf kommt wieder in Schwung, und es werden bis zu 15 Gesichtsmuskeln bewegt.

- **Gesichtsgymnastik:** Diese bietet immer wieder einen schönen und wirkungsvollen Abschluss der Behandlung. Hier ist allerdings die Unterstützung der fachkundigen Hand der Kosmetikerin sehr wichtig, damit die Kundin keine Grimassen schneidet, sondern tatsächlich die Muskeln bewegt werden.
- **Dehnen und Schütteln des ganzen Körpers:** Hier werden beide Fussgelenke von der Kosmetikerin umfasst und die Kundin zuerst sanft gedehnt und dann ruhig leicht geschüttelt.
- **Arme sanft schütteln:** Dies kann alternativ zum Schütteln des ganzen Körpers durchgeführt werden und ist sehr wohltuend.
- **Körper abklopfen:** Klopfen Sie bei Ihren Kunden zum Ende der Behandlung sanft den ganzen Körper ab, um die Durchblutung zu fördern. Kennen Sie sich mit dem Verlauf der Meridiane aus, so kann hier entlang dieser geklopft werden. □



INGRID M. BREYER

Die Autorin ist Kosmetikerin und Heilpraktikerin. Sie arbeitet seit 17 Jahren als selbstständiger Business Coach nicht nur für die Beautybranche.
www.i-m-breyer.de



Stylish im **Studio**

DESIGNTRENDS FÜR DAS KOSMETIKSTUDIO – Im zweiten Teil unserer Designserie erklärt Ihnen Industriedesigner Mika Schell, warum kleine Details einen grossen Unterschied machen, und zeigt, wie Sie diese elegant in Ihr Institut integrieren können.

Story before Shining“ – Ist Ihnen dieser Grundsatz ein Begriff? Er bedeutet so viel wie: Wichtiger als das Aussehen ist Ihre Story! Ihre Story, das, wofür Sie stehen, sollte also massgeblich Ihre Einrichtung, Ihr Design beeinflussen. Nur so **bleiben Sie authentisch!** Machen Sie nicht den Fehler und versuchen Sie, einen Style, den Sie irgendwo gesehen haben, zu reproduzieren, ohne zu prüfen, ob er zu Ihnen und Ihrer Kundschaft passt. Kommt ein Kunde in Ihr Institut und nimmt ein stimmiges Gesamtbild wahr – das umschliesst Mitarbeiter und Einrichtung –, fühlt sich dann auch noch wohl, weil der persönliche Kontakt

passt, dann haben Sie schon die beste Grundlage geschaffen.

Details machen den Unterschied

Die Details eines Raums verleihen ihm erst seine Persönlichkeit. Ein Raum braucht eine Seele, eine eigene Ausstrahlung. Eine tolle Einrichtung ist zwar ein guter Anfang, reicht aber nicht. **Mit Details können Sie hingegen Ihre eigene, persönliche Note hinzufügen.** Enorm wichtig ist eine gute Lichtplanung. Diese sollte gezielt und emotional sein, um so den Charakter der Dinge und die Einrichtung zu unterstreichen. Natürlich muss sie auch praktikabel sein, wes-

halb es ratsam ist, einen Lichtplaner hinzuzuziehen.

Genügend Platz ist für kleine Dinge wie Dekoration essenziell – dies ist so zu verstehen, wie in einem Museum: Kunstbilder, die nicht atmen können und zu eng gehängt werden, verlieren ihre Wirkung.

Ein Kosmetikinstitut ist nicht einfach nur ein Ort – es ist ein Raum, an dem sich Kunden und Angestellte ausdrücken können und ein gutes Gefühl haben müssen.

Der Wohlfühlfaktor ist durch die Stay-Home-Situation und das Homeoffice nur noch wichtiger geworden. Dem Kundenbedürfnis nach Entspannung und Wohlfühlatmosphäre antworteten die Dekotrends mit Na-

Foto: Naphat Jorjee/Shutterstock.com

türlichkeit und Gemütlichkeit. Diese Kundenbedürfnisse müssen bei der Raumgestaltung mitentwickelt und hin und wieder auch umgestellt werden.

Was tun bei wenig Platz?

Mein Motto: Es kommt nicht auf die Quadratmeter an, sondern darauf, was Sie daraus machen. Wenn grosszügige Räume nicht zur Verfügung stehen, empfiehlt es sich, die unterschiedlichen Arbeitsbereiche räumlich zu trennen – wenn nötig, auch durch ein Paravent oder einen Vorhang.

Kluge Raumkonzepte, intelligente und flexible Möbel oder modulare Systeme helfen dabei – am besten jedoch der intensive Austausch mit dem Fachplaner.

Auch wenn sich die Meinung hartnäckig durchsetzt: Kleine Räume müssen nicht in hellen Farben gestrichen werden. Sie können durchaus dunkel eingerichtet werden! Dunkle Räume können sowohl elegant wirken als auch ein Gefühl von Geborgenheit vermitteln. Hier müssen Sie lediglich auf eine gute Lichtplanung achten, damit der Raum gut ausgeleuchtet ist.

Kostengünstig zum neuen Look

Zuallererst sollten Sie ausmisten, Klarheiten schaffen, ordnen. Erst nach diesen Schritten kann etwas Neues entstehen.

Mein Tipp: Arbeiten Sie mit dem, was Sie haben! Ein Beispiel: Eine Kundin wollte einen echten Holzboden verlegen. Das Budget reichte allerdings nicht dafür aus. Anstatt nun einen Laminatboden zu verlegen, der nicht authentisch wirkt und ihren Fokus auf Natürlichkeit untergraben hätte, schlug ich vor, den vorhandenen Betonboden so zu bearbeiten, dass er wieder ansehnlich wurde. Kombiniert mit den passenden Farben und Accessoires, entfaltet der Betonboden nun einen ganz eigenen Charme – und war dabei auch noch günstig. □

MIKA SCHELL

Der studierte Industriedesigner arbeitete in Deutschland, Holland und San Francisco, bevor er sich 2008 in Zürich mit seinem Unternehmen Nullserie selbstständig machte. Dort setzt er mit seinen Kunden ganzheitliche Designkonzepte um. www.nullserie.com.



1 – Trockenblumen

Der Trend zu getrockneten Blumen hält weiter an: Ob getrocknetes Pampasgras, Rosen oder Schleierkraut – die trockenen Blüten sehen nicht nur dekorativ aus, sondern auch nachhaltig. Schliesslich halten sie Monate, ja sogar Jahre, wenn der Staub sie nicht unter sich begräbt. Wöchentlich frische Schnittblumen auf der Empfangstheke runden das Gesamtbild ab.

Tipp: Trockenblumen wirken toll, wenn Sie verschiedene Blumen mit unterschiedlichen Texturen kombinieren und zu einem Arrangement gestalten. Das funktioniert auch, wenn Sie diese in verschiedenen grosse Vasen gruppieren!



2 – Grüne Begleiter

Nachdem die Büropflanzen der 90er Jahre lange Zeit verbannt wurden, halten grüne Begleiter nun schon seit einer Weile wieder Einzug in unsere Geschäfts- und Privaträume. Zimmerpflanzen sind momentan nicht mehr wegzudenken und reichen von opulenten bis hin zu minimalistischen Exemplaren. Ob stehend oder hängend, werten sie einen Raum nicht nur optisch auf, sondern sorgen auch für ein besseres Raumklima. Entscheiden Sie sich für echte Pflanzen, achten Sie darauf, dass Sie diese auch pflegen! Vor sich hin sterbende Pflanzen sind ein No-go!

Tipp: Kakteen oder grossblättrige Pflanzen wie Monstera sind pflegeleicht und liegen absolut im Trend.



3 – Details

Details verleihen einem Raum erst seine Persönlichkeit. Deshalb sind es die kleinen Dinge, die bei der Einrichtung einen grossen Unterschied machen. Momentan sind Vasen und ethnische Dekoration aus fernen Ländern sehr beliebt. Viele mögen den unabhängigen, charmanten Lifestyle mit verspielten Dekokissen, orientalischen Teppichen oder fantasievollen Wandschmuck. Diese tragen übrigens auch zu einer Verbesserung der Akustik bei.

Tipp: Skulpturale Vasen sind echte Hingucker und können sogar Blumensträusse ersetzen. So sparen Sie Geld und setzen dennoch stylische Akzente. Denn die Vasen halten sich nicht schlicht und dezent im Hintergrund, sondern trumpfen mit kunstvollen Formen und Farben auf.





Unternehmerin und eidgenössisch geprüfte Kosmetikerin Katharina Beer hat schon als Jugendliche gewusst, dass sie gerne Kosmetikerin werden möchte. Im Jahr 2002 hat sie ihren Wunsch schliesslich in die Tat umgesetzt.

Klasse statt **Masse**

➤ **INSTITUT DES MONATS: CREACOSMETIC** ◀

Katharina Beer ist vieles: gelernte Kauffrau, eidgenössisch geprüfte Kosmetikerin, Mutter zweier Söhne, leidenschaftliche Skincare-Expertin und ganz sicher eines: eine Powerfrau. Was sie und ihr Institut „creaCosmetic“ besonders macht, hat sie BEAUTY FORUM im Gespräch verraten.



Im Bereich der dekorativen Kosmetik arbeitet Katharina Beer mit Rolf Stehr und Malu Witz.

Gut zu erreichen und dennoch abseits vom Trubel und den viel befahrenen Strassen Kriens befindet sich das Kosmetikinstitut von Katharina Beer. Von aussen verrät ein Schild am grün bewachsenen Hügel, dass der Treppenaufgang zum Institut „creaCosmetic“ führt. Ist man einmal durch die Tür hineinspaziert, lässt der hübsch dekorierte Eingangsbereich mit Sitzgelegenheit und Beauty-Magazinen keinen Zweifel mehr: Hier stehen die Haut und das Wohlbefinden im Fokus!

Das Motto von Katharina Beer: „Klasse statt Masse“ – ein Prinzip, das sich in jedem Bereich des Kosmetikinstitut widerspiegelt: von der Einrichtung über das Behandlungsangebot bis hin zum Konzept. Das Institut ist in das Wohnhaus integriert, doch klar davon

abgetrennt. Den Vorraum des Behandlungszimmers ziert ein beleuchtetes Regal, das die Produkte zum Hingucker werden lässt. Betritt man den Behandlungsraum, wird man von einer ruhigen, hellen Atmosphäre begrüsst, die die Balance zwischen Minimalismus und Gemütlichkeit mit Bravour meistert.

Persönliche Betreuung

Die ruhige, fast schon verträumte Lage weiss Katharina Beer jedoch zu schätzen: „Es ist gerade diese Diskretion, die meine Kundinnen so schätzen“, erklärt die Inhaberin. „Sie geniessen es, dass sie bequem mit dem Auto anreisen und stressfrei parken können und

vor allem, dass sie nicht bei ihrem Besuch beobachtet werden, wie es beispielsweise in der Zürcher Bahnhofstrasse der Fall wäre.“

Die individuelle und persönliche Betreuung der Kundinnen ist Katharina Beer besonders wichtig. Deshalb hat die Kosmetikerin etwa 40-50 Kundinnen pro Monat – was zunächst wenig tönt, ist aber Teil ihres Konzepts: „Mir



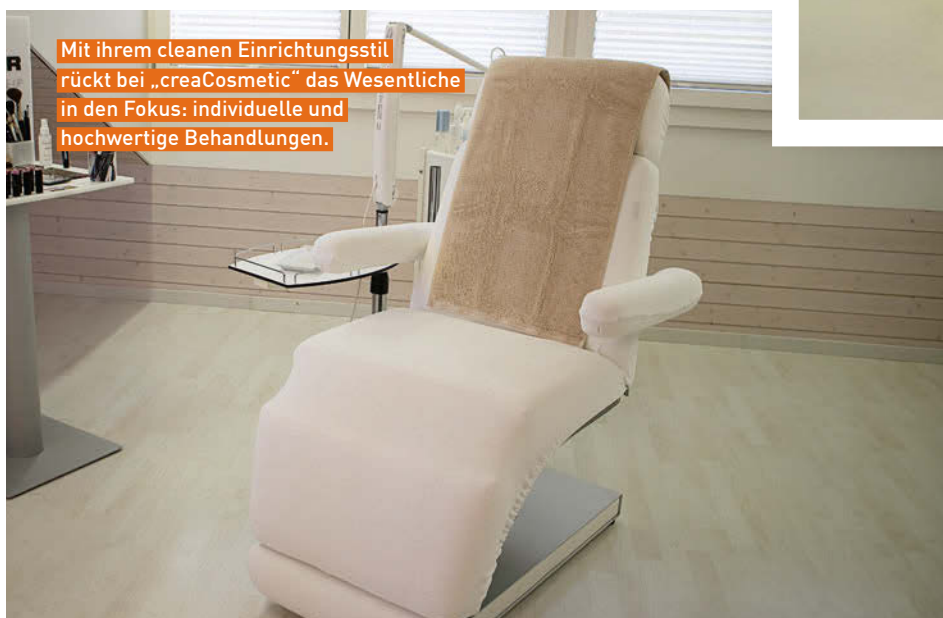
Auch wenn der Fokus von „creaCosmetic“ auf Gesichtsbehandlungen liegt, gehört auch die Maniküre ins Angebotsrepertoire.



- „Allein im Institut zu sein, gibt mir die Möglichkeit, Zeit für jede einzelne Kundin zu haben und die Behandlungen stets auf höchstem Niveau durchzuführen.“



Katharina Beer wählt ihre Produkte sorgfältig aus. Natürliche und hochwertige Inhaltsstoffe sind dabei ein Muss.



Mit ihrem cleanen Einrichtungsstil rückt bei „creaCosmetic“ das Wesentliche in den Fokus: individuelle und hochwertige Behandlungen.

kommt es nicht darauf an, möglichst viele Kundinnen abzufertigen, sondern ihnen eine qualitativ hochwertige Behandlung zu bieten, bei der es nur um sie geht. Aus diesem Grund plane ich meine Termine immer mit viel Puffer, denn ich möchte mir ausreichend Zeit für jede einzelne Behandlung nehmen können. Das schätzen meine Kundinnen enorm.“

Zu ihren Anfangszeiten 2002 träumte Katharina Beer davon, später ein grösseres Institut mit Mitarbeitern zu führen, doch über die Jahre hat sie ihren Weg gefunden und weiss es zu schätzen, als Inhaberin die Behandlungen durchzuführen: „Nur so kann ich die Qualität meines Angebots sicherstellen“, erklärt Katharina Beer. „**Ausserdem bauen meine Kundinnen ein tiefes Vertrauen zu mir auf, da ich die Einzige bin, die sie behandelt und ihre Haut und ihre Bedürfnisse daher ganz genau kenne.**“

Individuelle Behandlungen

Eins ist klar: Von der Stange gibt es bei Katharina Beer nichts. So bietet sie zwar Behandlungspakete an, doch bevorzugt es, wenn sie die **Behandlungen ganz individuell auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse abstimmen kann**. So können Kundinnen 60, 80 oder 90 Minuten buchen, in denen dann vor Ort die einzelnen notwendigen Schritte festgelegt werden, um das beste Ergebnis für die Kundin zu ermöglichen. „Die intensive Betreuung hat sich ausgezahlt, denn meine Kundschaft besteht nun vor allem aus treuen und langjährigen Stammkundinnen.“

Den eigenen Weg finden

Pflege und Entspannung gehen bei Katharina Beer Hand in Hand. Die Kosmetikerin hat sich **spezialisiert auf**

Gesichtsbehandlungen für Problemhaut, Anti-Aging und Akne. Ihre Behandlungen zeichnen sich durch die Kombination aus Pflege und entspannender Nacken- und Gesichtsmassage aus. Apparate verwendet Katharina Beer nur bei Bedarf. Für sie stehen der direkte Kontakt und die manuellen Berührungen im Fokus.

Besonderen Wert legt die Hautspezialistin auf die Inhaltsstoffe ihrer Kosmetikprodukte. „Ich verwende ausschliesslich vegane Produkte in Kombination mit Hightech-Wirkstoffen, die frei von schädlichen Stoffen sind, um einen maximalen Pflege- und Behandlungserfolg zu erzielen“, denn ich muss hinter den Marken stehen können, die ich verwende und verkaufe.“

Obwohl Kriens nur ein Katzensprung von Luzern entfernt ist, wo sich zahlreiche Kosmetikstudios tummeln, und auch in Kriens um die 14 Institute zu finden sind, nimmt Katharina Beer die Konkurrenz gelassen. „Mit den Jahren habe ich die Erfahrung gemacht: Jede Kosmetikerin hat ihre eigene Zielgruppe und zieht daher ihre eigenen Kunden an. **Wenn man zudem seinen USP kennt und sich auf sein individuelles Konzept**

konzentriert, braucht man sich über die Konkurrenz nicht so viele Sorgen zu machen.“

Profi und Powerfrau

Eigentlich wollte Katharina Beer die Ausbildung zur Kosmetikerin direkt im Anschluss an die Schulzeit absolvieren. „Doch meine Eltern fanden, das sei kein solider Beruf“, erzählt die zierliche Blondine lachend. **Im Nachhinein sei ihre Erstausbildung zur Kauffrau EFZ aber ein guter Grundstein für die Selbstständigkeit als Kosmetikerin gewesen.** „So weiss ich, wie ich mit Finanzen umzugehen habe, denn als Kosmetikerin macht man nicht immer nur schöne Dinge, wie das viele denken mögen“, erklärt Katharina Beer. Die eidgenössisch geprüfte Kosmetikerin ist nämlich nicht nur Profi, wenn es um Anti-Aging, Problemhaut oder Akne geht, sondern sie verantwortet auch die Buchhaltung, gestaltet ihre Flyer selbst und legt Wert auf eine moderne Website. Kein Wunder, dass Katharina Beer bis auf

den Samstag fast jeden Tag im Institut ist – oft auch abends, doch das gehört für die Kosmetikerin zum Selbstständigen dazu. Es war ohne Zweifel die richtige Entscheidung für Katharina Beer, die Zweitausbildung zur Kosmetikerin mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis zu machen. Die Leidenschaft für ihren Beruf merkt man ihr sofort an. „Während ich früher nach acht Stunden am Schreibtisch völlig ermüdet war, kann ich jetzt zehn Stunden arbeiten und fühle mich danach immer noch fit“, schwärmt die Powerfrau. Fragt man nach ihrem Erfolgsgeheimnis, so antwortet Katharina Beer ohne zu zögern: „Den eigenen Weg finden und an sich glauben – das habe ich in meinen rund 20 Jahren Erfahrung gelernt.“

Jaqueline Kramer



Jetzt bewerben

Ihr Institut hat das Zeug zum „Institut des Monats“? Machen Sie mit unter: www.beauty-forum.ch/institut-des-monats/bewerben



Minimalistisch und edel zugleich, werden die Produkte bei creaCosmetic gekonnt in Szene gesetzt.



FAKTEN

Eröffnet:
12.02.2002

Inhaberin:
Katharina Beer

Ausbildung:
Eidg. gepr. Kosmetikerin

Behandlungsschwerpunkte
Gesichtspflege, Anti-Aging, Problemhaut,

Räumlichkeiten:
circa 50 m²: 1 Kabine

Marken:
Belico, Klapp, Rolf Stehr, Malu Wilz

Beliebte Behandlungen:
Gesichtsbehandlungen für Problemhaut, Akne oder Anti-Aging, Preise beginnen ab 158 CHF und variieren nach Behandlungsdauer.

Kosten:
Grundausrüstung: 35'000 CHF
Raumausrüstung: circa 50'000 CHF

Kunden im Monat:
40-50



KONTAKT

creaCosmetic
Habermattweg 8
6010 Kriens
www.creacosmetic.ch
Instagram:
@creacosmetic



Foto: Olena Yakobchuk/Shutterstock.com

LIFE & WORK

Advent, Advent – Verkaufs- talent!

5 STRATEGIEN FÜR EIN ERFOLGREICHES

WEIHNACHTSGESCHÄFT – Gerade nach einem angespannten Geschäftsjahr ist die Adventszeit ein wahrer Segen für die Kasse. Dennoch verschenken viele Kosmetikerinnen viel Potenzial, denn mit kleinen Aktionen kann der Umsatz hier noch deutlich gesteigert werden! Vertriebs-Coach Miriam Hohenfeldt zeigt Ihnen fünf Strategien und erklärt, wie Sie diese in der Praxis umsetzen können, um das Jahr erfolgreich abzuschliessen.

Nach mittlerweile zwei Pandemie-geprägten Jahren sind wir auf der Zielgeraden für das Jahr 2021. Sie wollen sich mit einem richtig guten Weihnachtsgeschäft noch die Zahlen für dieses Jahr versüssen? Und das bitte ohne Rabattaktionen und gerne auch mit positiven Auswirkungen für 2022? Dann lassen Sie sich von den folgenden fünf Strategien anregen, die für das Jahresende noch für Einnahmen und auch im neuen Jahr für mehr Umsatz sorgen.

1. Sehnsucht stillen

Die lange Zeit des Krisenmodus hat immer mehr Müdigkeit Platz gemacht: Ängste, Überlastung sowie Stress sorgten bei den Menschen für Erschöpfung. Denken Sie speziell im Weihnachtsgeschäft daran und überlegen Sie, über was sich Ihre Kundinnen gerade für die „Stille Zeit“ am meisten freuen könnten.

Die grössten Wünsche lassen sich ganz allgemein wohl so beschreiben: **zur Ruhe kommen, Zeit mit Freunden, lang gehegte Urlaubsziele.**

Praxis-Idee: Sicherheit

Lassen Sie sich spezielle Angebote einfallen, mit denen Sie diese tiefen emotionalen Bedürfnisse Ihrer Kundinnen – zumindest teilweise – befriedigen können:

Verbinden Sie Ihre Produkte und Leistungen mit Garantien und Services, die Sicherheit geben und Ihrer Kundenschaft Arbeit abnehmen. Stellen Sie zum Beispiel eine spezielle Heimpflege mit Beauty-Ritualen zusammen, die Ihre Kundinnen für die bevorstehende Zeit in Ruhe zu Hause geniessen (und so gegebenenfalls auch verschenken) können.

Unter dem Motto „Festessen für die Haut“, „Beauty zur Zeit der Raunächte“ oder – mit Blick auf das neue Jahr – das „Detox-Programm von innen und aussen“ inspirieren Sie Ihre Kundinnen, sich in der nächsten Zeit auch zu Hause etwas Gutes zu tun. Stellen Sie hierfür aus Ihrem Angebot individuell Pflege-, Wellness- und Ernäh-



rungsprodukte zusammen, die es so nur bei Ihnen gibt.

Praxis-Idee: Zeit zu zweit

Bieten Sie spezielle „Zeit zu zweit“-Angebote an. Beauty- beziehungsweise Wellness-Termine gemeinsam mit der Freundin wahrzunehmen, sorgt für eine perfekte Auszeit. Da kann sich dann auch gleich eine Make-up-Beratung zu zweit anschliessen, die mit einem gemeinsamen Tässchen Tee und Plätzchen vor einem aufgebauten Gabentisch stattfindet. So können die Weihnachtseinkäufe gemeinsam in einem angenehmen Ambiente bei professioneller Beratung erledigt werden.

Praxis-Idee: Kurzurlaub

Helfen Sie speziell Kundinnen, die lange keinen Urlaub machen konnten, mit Ihren Produkten und Behandlungen auf (Welt-)Reise zu gehen. Je nach Ihrer Spezialisierung und den räumlichen Gegebenheiten bieten sich für jedes Kosmetikinstitut ganz individuelle Möglichkeiten.

Mithilfe von Beduftung, Tees, kleinen Speisen oder speziellen Ritualen zur Einstimmung können Sie im Institut alles tun, um vor, während und nach der Behandlung das Gefühl von „Ich bin im Urlaub“ zu vermitteln.

Bieten Sie diese speziellen „Mini-Urlaube“ für unterschiedliche Ziele auch im kommenden Jahr wiederkehrend an. Und dafür könnte es ja auch schon Angebote zur Weihnachtszeit geben, um diese Beauty-Reisen zu verschicken oder sich optimal auf „die Reise“ vorzubereiten (also Heimpflege zur Einstimmung).

2. Wunschzettel für Kunden

Was soll man denn schenken? Diese Frage stellen wir uns doch alle jedes Jahr aufs Neue. Aber in diesem Jahr ist es umso schwieriger: Denn nachdem die zahlreichen Gutscheine aus dem Vorjahr noch immer uneingelöst am Kühlschrank pinnen, stehen Familie und Freunde gerade jetzt besonders ratlos vor dieser Frage. Das ist Ihre Chance: Helfen Sie Ihren Kun-



Fertige Produktpakete mit hübscher Verpackung bieten Ihren Kunden die Gelegenheit, ihre Geschenke direkt bei Ihnen im Institut zu kaufen.

den dabei, ihre Lieben mit Produkten und Behandlungen von Ihnen zu beschenken!

Praxis-Idee: Blanko-Wunschzettel

Erstellen Sie dazu Blanko-Wunschzettel im Design Ihres Instituts und verteilen Sie diese ab sofort beim nächsten Beauty-Termin an Ihre Kundinnen. Einige davon können Sie auch per Post mit Begleitschreiben an Ihre Stammkundschaft versenden. So ein gestalteter Wunschzettel kann auch im Webshop als Download zur Verfügung

gestellt werden. Die Kundin trägt dann ihre Wünsche ein, mit welchen Produkten oder Behandlungen Sie sich aus Ihrem Kosmetikinstitut am liebsten beschenken lassen möchte. Familie und Freunde können dies dann entsprechend bei Ihnen einkaufen.

Praxis-Idee: Beauty-Baskets

Eine andere, ebenfalls äusserst lukrative Möglichkeit sind individuell gestaltete Beauty-Baskets, aus denen man für die Frau, die Freundin oder einen lieben Menschen genau die ge-

wünschten Produkte rauskaufen kann. Ihre Kundin kann sich so Stück für Stück die gesamte Pflegelinie von unterschiedlichen Personen schenken und sich dabei doch noch überraschen lassen, von wem was kommt – ähnlich dem „Hochzeitstisch“.

Am besten Sie bleiben bei der Gestaltung des Wunschzettels saisonal neutral, denn so ein Wunschzettel/ Beauty-Basket funktioniert natürlich auch das ganze Jahr über für die unterschiedlichsten Anlässe.

einfache Ja-Pakete

Eine neue Behandlung für das letzte Quartal zu entwickeln, ist gegebenenfalls zu aufwendig. Was Sie aber stattdessen machen können:

Entwickeln Sie ein Angebotspaket, das attraktiv für die Kundinnen ist und eine schnelle Entscheidung fördert. Dabei geht es nicht um Rabatte, sondern um die Einfachheit, die zu einem schnellen Ja bei der Kundin führen kann.

Haben Sie zum Beispiel normalerweise ein vielfältiges Produktangebot, stehen Ihre Kundinnen vor unbewussten Hürden, weil sie viele Entscheidungen treffen müssen. Das kostet Zeit und Überwindung.

Praxis-Idee: Individuelle Pakete

Bieten Sie stattdessen lieber ein Produktpaket zum Paketpreis (für eine runde Gesamtsumme – nicht rabattiert, aber idealerweise zusammen hübsch verpackt) an, das zur Haut und bisherigen Behandlung der Kundin passt, sodass Sie einfach nur noch Ja sagen muss.

Praxis-Idee: Fertige Pakete

Oder Sie bieten einige wenige fix und fertige Beauty-Pakete in unterschiedlichen Preisklassen und für die wichtigsten Hauttypen an. So können Ihre Kundinnen auf einen Blick das passende Geschenk für die Haut der Mutter oder der Freundin entdecken. Hübsch verpackt machen Sie Ihren Kundinnen die Kaufentscheidung besonders leicht!

Ein weiterer Vorteil: Durch solche Beauty-Baskets für die Familie und die Freundinnen Ihrer Kundschaft über-

zeugen Sie diese vielleicht auch gleich von einem Besuch bei Ihnen im Institut, was Ihnen ohne viel Aufwand zu neuen Kunden verhilft.

höhere Preise verkünden

Immer mehr Wirtschaftsexperten erwarten für das Jahr 2022 steigende Inflation. Auch bei Ihren Kundinnen gibt es möglicherweise Angst vor steigenden Preisen. Und vielleicht planen auch Sie schon, Ihre Preise 2022 zu erhöhen oder manche Produkte aus dem Sortiment beziehungsweise Behandlungen aus dem Angebot zu nehmen?

Praxis-Idee: Ausverkauf

Veranstalten Sie eine Jahresendaktion, um den Verkauf kurzfristig anzukurbeln. Das könnte dann so aussehen: Kündigen Sie Ihren aktuellen und ehemaligen Kundinnen und Kontakten aus Ihrem Kundenstamm an, dass Sie Ihre Preise 2022 erhöhen (oder bestimmte Produkte/ Dienstleistungen nicht mehr anbieten werden). Machen Sie dazu ein Angebot wie dieses: „Wer sich jetzt noch eindeckt und vor dem 15.12.2021 einkauft, bekommt noch die alten Preise (die Lieferung/ die Behandlung bis einschliesslich März 2022).“

3. Unterstützung bieten

Sie sind nicht Solo-Selbstständige, sondern haben ein Team, das mit und für Sie arbeitet? Dann denken Sie als Führungskraft auch an Ihre Teammitglieder, die im letzten Quartal stark unter Druck stehen.

Sorgen Sie dafür, dass diese besonders intensive Phase nicht nur als Belastung oder Stress, sondern auch als Bereicherung erlebt wird. Sorgen Sie für gute Stimmung und **sehen Sie sich als Coach, der Unterstützung gibt** – wie ein Fitnesscoach in den letzten Minuten des Workouts.

Überraschen Sie Ihr Team mit einer Essenslieferung, wenn es besonders lang geblieben ist oder Sonderschichten eingelegt hat.

Oder Sie geben spontan ein besonderes Getränk aus, wenn Ihre Teammitglieder im Endspurt einen hohen Pro-

TIPP VOM PROFI

Keine Zeit verlieren!

- Entscheidend auf der Zielgeraden ist die Konzentration auf die erfolgsproduzierenden-Aktivitäten – kurz EPA genannt. Das sind Aktivitäten, die direkt zu Umsatz führen.
- Andere Aktivitäten, etwa Seminare, sind zwar wichtig, bringen aber kurzfristig keinen oder nur geringen Erfolg. Ab sofort und bis – zum Ende des Jahres stehen regelmässig EPAs auf den Wochen- und Tagesplänen von Ihnen und Ihrem Team.

Hilfreich dabei: Stellen Sie bei jeder Aktivität, die nicht gezielt mit Verkauf zu tun hat, die Frage: „**Was passiert, wenn wir es nicht tun?**“ Sind keine dramatischen Konsequenzen zu erwarten, lassen Sie die Aufgabe zugunsten aktiver Verkaufszeit weg.

duktumsatz erzielt haben. Es muss auch nicht alkoholisch sein – ein alkoholfreier Cocktail oder besonderer Smoothie sind lecker und tun auch noch gut. Hauptsache, Sie zeigen damit Wertschätzung für den Einsatz Ihres Teams!

Fragen Sie Ihre Teammitglieder auch danach, welche Unterstützung und Hilfestellung sie sich wünschen.

Jetzt schon vorausplanen

Auch wenn Ihr Hauptaugenmerk zum Jahresabschluss kurzfristig auf dem Weihnachtsgeschäft und der Erreichung der Jahresziele 2021 liegt: Denken Sie auch an 2022!

Wer einen erfolgreichen Start im ersten Quartal erwirkt und im Februar oder März besonders gute Umsätze erzielt, vermeidet viel emotionalen Stress im weiteren Jahresverlauf. □



MIRIAM HOHENFELDT

Als „EnterTRainerin“ für Vertrieb und Führung begleitet sie seit fast 20 Jahren kleine und mittlere Handelsunternehmen – auch aus der Kosmetikbranche. Handel(n) mit Begeisterung ist dabei ihr gelebtes Motto. www.network-angel.de

Kunden kennen

VERSCHIEDENE KUNDENTYPEN IM KOSMETIKINSTITUT – Menschen unterscheiden sich in ihrem Verhalten, und dementsprechend gibt es unzählige Methoden und Ansätze, mit ihnen erfolgreich zu kommunizieren. In diesem Artikel gehen wir der Frage nach, wie Sie diese spezifischen Kundentypen anhand ihres Verhaltens und Auftretens erkennen können.



Der Mensch ist ein Individuum, das sich durch verschiedene soziokulturelle Einflüsse unterschiedliche Verhaltensmuster angeeignet hat. Demzufolge tickt und reagiert jeder Kunde auch anders auf die verschiedenen Dienstleistungen, Angebote, das Produkt sowie die Wortwahl, die man ihm gegenüber wählt. Beachten Sie deshalb stets die Bedürfnisse, Besonderheiten und die eigene Persönlichkeit Ihres Kunden, damit Sie ihn für sich gewinnen können.

„Bedienen Sie Ihren Kunden so, wie Sie selbst bedient werden möchten“ – wer hat das noch nicht gehört? Die meisten Leute kennen dieses Sprichwort sehr gut, und einige Leute wenden es sogar in der Praxis an. Es ist allerdings nur die halbe Wahrheit, denn es geht nicht darum, die Dienstleistung so zu gestalten, wie der Behandler sie gerne hätte, sondern wie der jeweilige Kunde sie wünscht. Und zu diesem Zweck

muss der Kundenwunsch mithilfe einer gezielten Kommunikation erkannt werden. Jeder Mensch kommuniziert auf seine Weise, ganz anders als die anderen. Deshalb basiert der Aufbau einer guten Beziehung zum Kunden auf einer gemeinsamen Kommunikationsgrundlage, und somit ist es unabdingbar, den jeweiligen Persönlichkeitstyp und dessen Serviceerwartungen zu erkennen.

Vielleicht sind Sie diesen fünf Kundentypen bereits begegnet?

- 1 **Diejenigen, die immer zu spät kommen und etwas vergesslich wirken.**
- 2 **Diejenigen, die viele Fragen stellen, um sich zu vergewissern.**
- 3 **Diejenigen, die sich oft beschweren.**
- 4 **Diejenigen, die es immer eilig haben, beschäftigt sind und nicht viel Zeit haben, sich um sich selbst zu kümmern.**
- 5 **Diejenigen, die Angst haben, bevor sie eine neue Behandlung beginnen.**

Die 5 Kundentypen

1 **Diejenigen, die immer zu spät kommen und etwas vergesslich wirken:**

Diese Art Kunden kommt immer wenige bis einige Minuten zu spät zum Termin, weil sie keinen Parkplatz finden, nicht wissen, wie sie ihre Zeit einteilen sollen und ein wenig zerstreut oder zu gestresst sind. Damit Ihre Mitarbeiter nicht warten müssen und dies nicht zu Verzögerungen in Ihrem Arbeitsplan führt, notieren Sie dieses Verhalten in Ihrer Kundenakte, um sich darauf einzustellen.

Um zu vermeiden, dass sie zu spät kommen oder ihren Termin vergessen, können Sie ihnen neben der üblichen Terminerinnerung, gleich morgens am Behandlungstag eine zusätzliche E-Mail schicken, um sie daran zu erinnern, dass pünktliches Erscheinen für alle gut ist und dass dies Ihrem Kosmetikinstitut hilft, auch mit anderen Kunden pünktlich zu sein.

Wenn es für Ihre Kunden üblich ist, sich aufgrund von Parkproblemen zu verspäten, mieten Sie in einem nahegelegenen Parkhaus oder Parkplatz eine bestimmte Anzahl von Stellplätzen für Ihre Kunden, die Sie ihnen kostenlos oder zu einem Rabatt zur Verfügung stellen können. Wenn das nicht möglich ist, ist es sinnvoll, dem Kunden vorab bei der Terminerinnerung eine Auflistung der Parkhäuser in der Umgebung mitzuschicken.

2 Diejenigen, die viele Fragen stellen, um sich zu vergewissern:

Diese Art Kunden muss alles erfragen, um sicherzustellen, dass sie auch die richtige Behandlung mit den erwarteten Ergebnissen und Produkten erhalten, die ihren Bedürfnissen tatsächlich entsprechen. Sie tun dies nicht aus Misstrauen gegenüber Ihnen oder Ihren Diensten, sondern um sich selbstbewusster zu fühlen und sich selbst zu überzeugen.

Im Kern geht es darum, diese Kunden zu beruhigen und ihnen genau diejenigen Informationen anzubieten, die sie benötigen, um ihre Neugierde zu stillen. Bis ins kleinste Detail muss anschaulich und strukturiert erklärt werden, was Sie mit ihnen vorhaben und wie eine Behandlung konkret abläuft. Eine Möglichkeit, besteht darin, Arbeitsabläufe zu automatisieren, indem Sie am Vortag des Besuchs E-Mails versenden mit Informationen über die Auswirkungen der Behandlung, die zu verwendenden Produkte, ob und welche Geräte verwendet werden, warum und zu welchem Zweck, sowie über die Ergebnisse, die nach der Behandlung zu erwarten sind. Außerdem können Sie in den Produkt- und Serviceempfehlungs-E-Mails genauer angeben, welche Produkte Sie empfehlen, warum es gerade für diesen Kunden von Vorteil ist.

3 Diejenigen, die sich oft beschweren:

Warum beschweren sich einige Ihrer Kunden und andere nicht, wenn sie mit der gleichen Behandlung konfrontiert werden? Es liegt wahrscheinlich daran, dass sie eine niedrigere Schmerzschwelle und eine empfindlichere Haut haben. In diesen Fällen ist besonders darauf zu achten, dass eine ausführliche Hautdiagnose vorgenommen wird, damit Sie ihre Empfindlichkeit gegenüber bestimmten Verfahren und Produkten feststellen, Allergien oder Beschwerden erkennen und die Ergebnisse in der Kundenakte vermerken.



Um sich für den nächsten Besuch die Besonderheiten Ihrer Kunden zu merken, kann es sehr hilfreich sein, in den Kundenakten Notizen über bestimmte Persönlichkeitsmerkmale oder besondere Kundenbedürfnisse zu erstellen.

Demnach sollte man für diesen Kundentyp einen Hinweis erstellen, der bei jedem Abruf der Akte und auch unmittelbar bei dem Termin, zum Beispiel in der Agenda, auf dem Bildschirm aufpoppt und Sie daran erinnert, was konkret gestört hat, oder den Grund der Beschwerde darstellt, so beispielsweise eine besondere Überempfindlichkeit gegenüber dem Geruch eines bestimmten Produkts, das Reiben des Haarbands, des Etiketts oder Ähnliches; auch eines bestimmten Vorgangs, die Berührung der Beine oder anderer Körperstellen.

4 Diejenigen, die es immer eilig haben, beschäftigt sind und nicht viel Zeit haben, sich um sich selbst zu kümmern:

Einige Ihrer Kunden haben täglich wenig Zeit, sich der Körperpflege und Entspannung zu widmen, und benötigen daher Behandlungen und Produkte, die einfach und schnell anzuwenden sind. Sie können sie identifizieren, ihnen ein Label in ihrer Datei zuweisen und ihr Verhalten in Ihrer Datei notieren. Aber was könnte man konkret noch tun?

Im Folgenden stelle ich drei Ideen vor, die Ihnen helfen können, das Vertrauen dieser Kundengruppe zu gewinnen:

Bieten Sie Behandlungstermine an, die an die Bedürfnisse dieser Zielgruppe angepasst sind, zum Beispiel mittags oder am späten Nachmittag.

Erstellen Sie einen Abschnitt für eine Expressbehandlung in Ihrem Leistungskatalog. Zum Beispiel eine 30-minütige Feuchtigkeitsbehandlung, ein schnelles Party-Make-up oder eine Express-Maniküre. Dies sind kostengünstige, schnelle und sehr gewinnbringende Dienste. Um dies

abzurunden, wählen Sie Produkte, die sehr effektiv sind, sich leicht auftragen lassen und sofort sichtbare Ergebnisse liefern.

Um diesen Kundentyp in Ihr Kosmetikinstitut zu locken, können Sie ihm eine E-Mail senden, in der Sie für Ihre Expressbehandlung sowie zusätzlich für ein Produkt zur Pflege zu Hause zu einem günstigen Preis werben. Um die Buchung von Terminen zu beschleunigen, laden Sie ihn ein, das Express-Beauty-Paket direkt zu erwerben, und fragen Sie nach einem geeigneten Termin für die Behandlung, der auch den Wünschen des Kunden entspricht.

5 Diejenigen, die Angst haben, bevor sie eine neue Behandlung beginnen:

In der Regel haben Kunden Angst, weil sie unentschlossen sind, weil sie das Verfahren nicht kennen und Gerüchte über mögliche Nebenwirkungen gehört haben. Nehmen Sie solchen Kunden die Angst! Hier besteht Ihre Aufgabe darin, sie zu beruhigen und ihnen die nötige Sicherheit und den Rat zu geben, die sie brauchen.

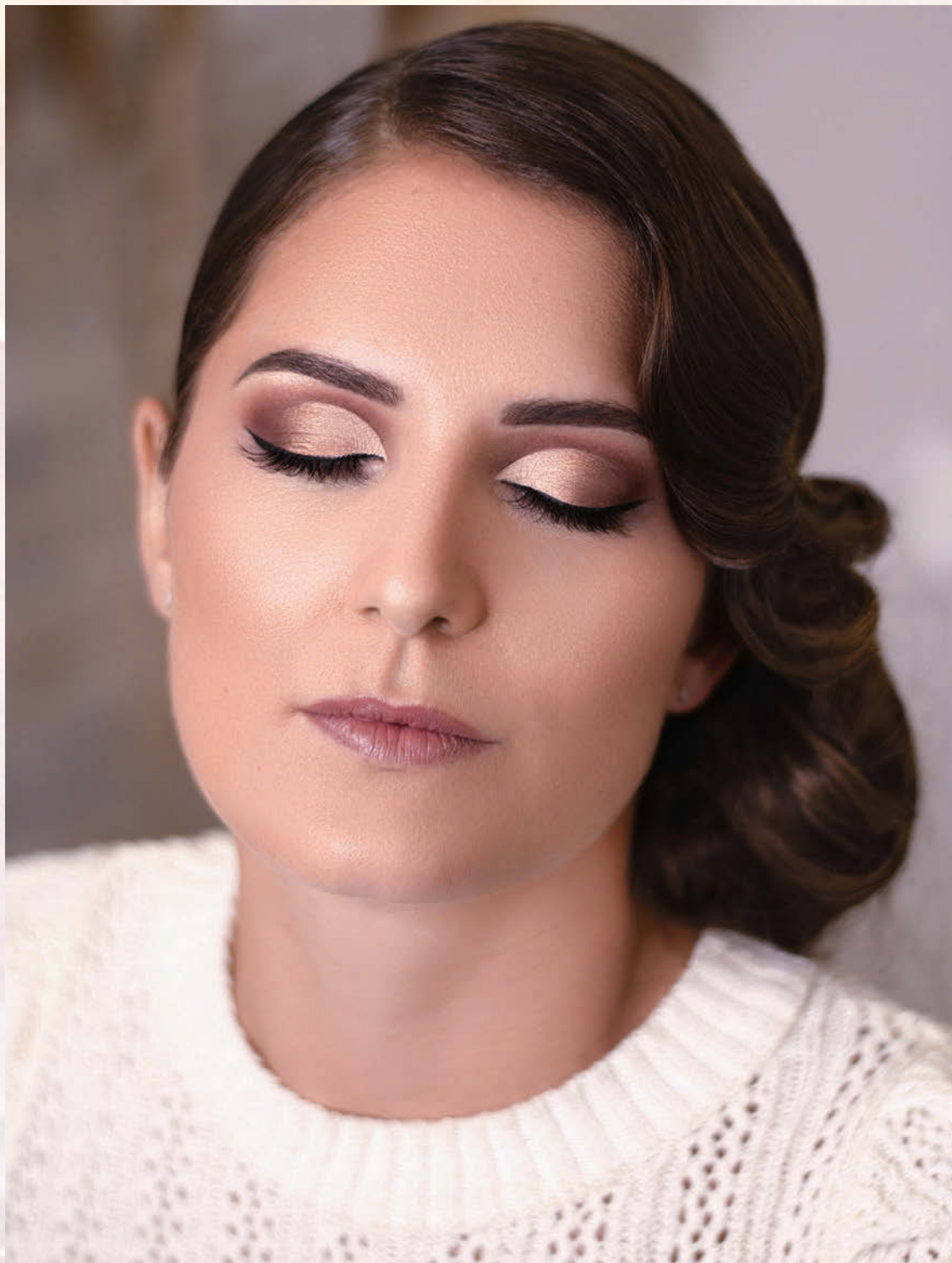
Der ängstliche Kunde muss sorgfältig und behutsam behandelt werden, wobei immer versucht wird, ihm die Vorteile der Behandlung, das Engagement Ihres Personals und die Wirksamkeit der Produkte und Geräte, die Sie verwenden, verständlich zu machen. Beratung und die nötigen Informationen helfen Ihnen, sie zu überzeugen und um das Vertrauen zu Ihnen aufzubauen.

Vertrauen Sie nicht nur auf die Einträge in Ihrer Kundenakte, sondern auch auf ein kostenloses Beratungsgespräch und Info-E-Mails sowohl vor als auch nach einer Behandlung mit der Erläuterung zum Vorgehen, zu den spürbaren Vorteilen und Auswirkungen sowie mit Ratschlägen darüber, wie der Kunde zu Hause die Haut pflegen sollte. Damit schaffen Sie es, das Vertrauen Ihrer Kunden zu gewinnen, sie an Sie zu binden und zu treuen, zufriedenen und glücklichen Kunden zu machen. □



MAJA-MARIETA KANIA

Die Autorin ist ausgebildete Gesundheits- und Krankenpflegerin, Kosmetikerin und Beauty-Bloggerin.



Lider im Lichtspiel

Fotos: Susanne Giovanettoni

FESTLICHER CUT-CREASE-LOOK – Viele mögen glauben, ein Augen-Make-up im Cut-Crease-Style sei nur etwas für Fotos auf Instagram, doch das stimmt nicht! Das extravagante Eye-Make-up lässt sich auch wunderbar für festliche Anlässe abwandeln. Wie das geht und woher diese Lidschattentechnik kommt, erklärt Ihnen die Make-up-Artistin und Hairstylistin Susanne Giovanettoni.

Wenn man bei Pinterest nach „Make-up“ sucht, sind mindestens fünf der ersten zehn Bilder Cut-Crease-Techniken. Auch Instagram, TikTok, Facebook und Co. sind voll davon. Aber was hat es damit auf sich und was ist überhaupt ein „Cut-Crease-Make-up“?

Die Popularität des Cut-Crease-Make-ups geht zurück bis in die 1960er Jahre zu dem berühmten Make-up Look von Twiggy. Mit ihren grossen Puppenaugen, den langen Wimpern und dem schmächtigen Blick, hat sie sich eine eigene Marke erschaffen, die bis heute unzählige Male nachgeschminkt wurde.

Denn wer möchte nicht die Augen eindrucksvoll in Szene setzen und mit dem dazu passenden Wimpernaufschlag alle Blicke auf sich ziehen? Diese „Geheimwaffe“ nutzte man somit auch für die dramatischen Travestie-Make-ups. Denn mit dieser Technik konnte die **Illusion grösserer Augen** geschaffen werden, indem die Lidfalte optisch höher platziert wurde, die eigenen Augenbrauen abgedeckt und neu geschminkt wurden. Den Augen wurde damit mehr Tiefe, mehr Ausdruck und Präsenz verliehen. Denn eigentlich ist die Cut-Crease-

Technik nur eine weitere Form der Konturierung: das Spiel mit Hell und Dunkel, Höhen und Tiefen. Aber was bedeutet denn eigentlich „cut crease“ und hat diese Make-up-Technik im Studioalltag überhaupt eine Verwendung?

Cut Crease ist Englisch und heisst „Lidfalte schneiden“. Dies bedeutet, dass eine **klare und saubere Linie, die Lidfalte definiert** und so eine klare Abgrenzung zwischen hellem und dunklem Lidschatten schafft.

Durch diese klare Abgrenzung kann

TIPP

Leicht gemacht: Statt die Lidfalte freihändig zu zeichnen, kann ein Kaffeelöffel über das Lid gelegt werden, und man hat, je nach Grösse des Auges und des Löffels, eine perfekte Schablone. Dann direkt mit einem etwas härteren Verblendungspinsel und Lidschatten die Linie einblenden.

bei Bedarf die saubere Linie, die als Lidfalte dient, auch höher gesetzt und somit das Auge optisch vergrössert werden.

Allerdings ist dabei Vorsicht geboten: Was bei einem Bühnen-Make-up toll aussehen mag, muss nicht zwingend aus der Nähe gut wirken. Somit sollte bei einem Make-up, das nicht nur auf Distanz gut aussehen soll, der Unterschied zwischen der eigenen Lidfalte und der Geschminkten nicht mehr als circa 2-3 Millimeter sein.

Für wen ist Cut Crease geeignet?

Am schönsten sieht die Technik an einem Auge mit viel Platz auf dem Lid und zur Augenbraue hin aus. Wer den Look für Fotos schminken will, hat freie Auswahl, denn hier wird der Look

meist mit geschlossenem Auge gezeigt, sodass keine Schlupflider oder Unregelmässigkeiten zu sehen sind. Auch die tragbare Version ist für fast alle geeignet. Bei komplett durchgehenden und starken Schlupflidern würde ich aber davon abraten und lieber mit einer sanften Eindunklung arbeiten. Denn für eine Verstärkung der eigenen Lidfalte sollte mindestens ein Teil davon auch sichtbar sein. Besonders interessant ist die Cut-Crease-Technik für Menschen mit kleinen Lidern. Dazu später noch mehr.

Wie nutze ich die Technik für Kunden?

Ehrlich gesagt, ist diese Technik für mich mehr künstlerischer Spass, als dass ich sie in der „reinen“ Form effektiv bei Kunden anwende.

Was ich aber anwende, ist **eine Mischung aus der sauberen Cut-Crease-Technik und der klassischen Banane:**

Dabei erstelle ich eine saubere klare Linie wie beschrieben, aber meist nur im Augeninnenwinkel (Bild). Diese ziehe ich minimal höher als die eigentliche Lidfalte und lasse den Concealer nicht antrocknen, sondern sofort die klare Linie sofort mit einem Wattestäbchen aus. Und erst dann lasse ich alles antrocknen. Damit kann ich zum Beispiel kleine Lider grösser erscheinen lassen oder den Blick noch mehr öffnen durch intensivere Helligkeit, die mehr Platz bekommt.

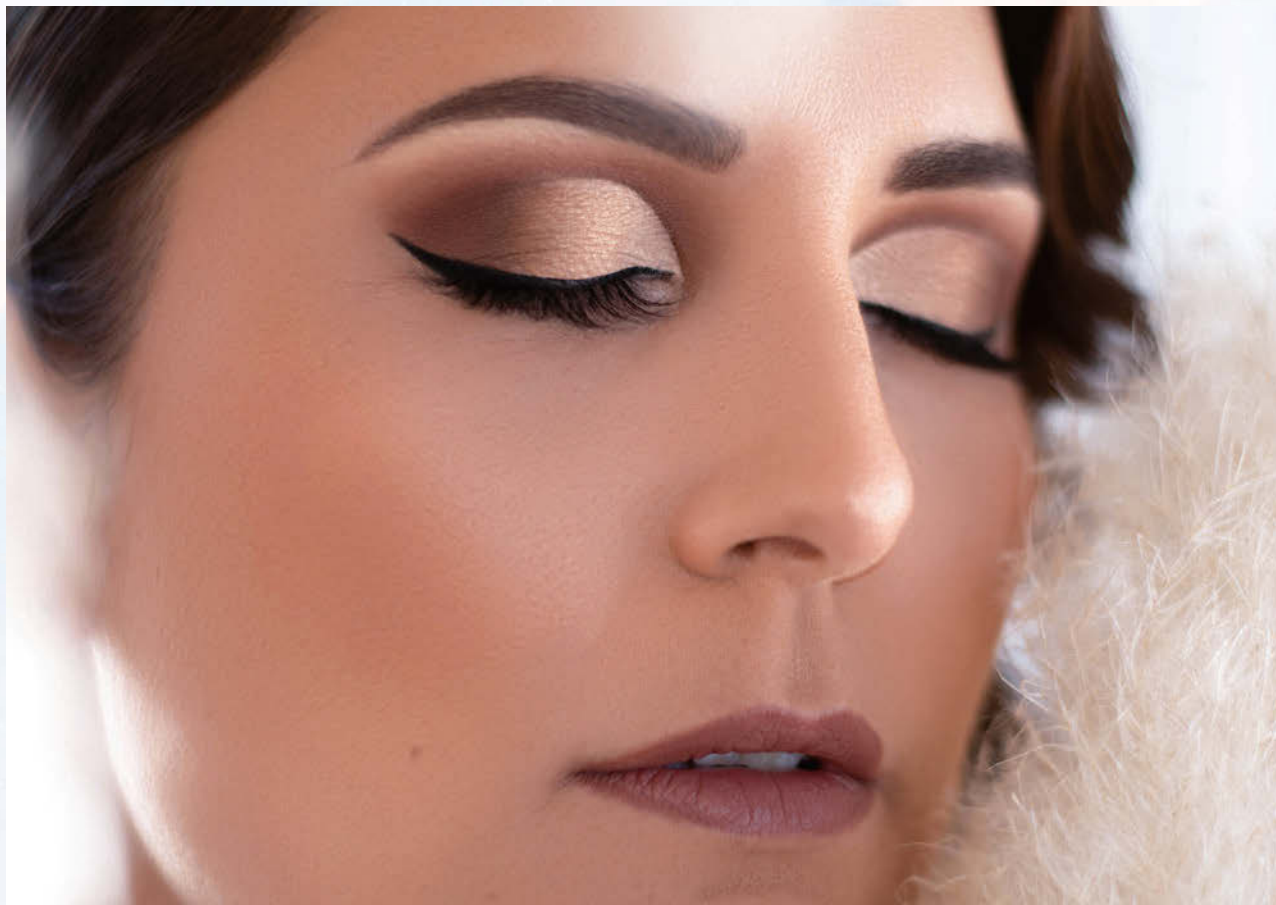
Wenn Sie die Cut-Crease-Technik nachschminken wollen, brauchen Sie die folgenden Schminkutensilien:

- Lidschatten-Base
- Lidschatten in verschiedenen Tönen und Texturen (matt, glanz)
- Concealer-Pinsel oder Löffel
- Concealer

Das Tolle an dieser Technik ist, dass Cut-Crease-Elemente in sehr vielen verschiedenen Varianten umgesetzt werden können:

nur im Innenwinkel, über das ganze bewegliche Lid, nur in der Mitte des Auges („Halo Eye“) oder auch als künstlerische Schnörkel über das Augen-Make-up verteilt.





SO WIRD DIE CUT-CREASE-TECHNIK GESCHMINKT

In wenigen Schritten zum festlichen Eye-Make-up mit Glamour-Faktor:



- Ich verwende zuerst, wie üblich, eine Lidschatten-Base.
- Ich beginne mit einer helleren Farbe eine Banane in der Lidfalte zu schminken, und blende Schritt für Schritt dunklere Nuancen ein.
- Mit einem flachen Concealer-Pinsel und einem sehr hellen Concealer nun die Lidfalte nachschminken. Dabei die Linie über den aufgetragenen Lidschatten setzen. Wer die Linie nicht freihändig zeichnen kann, könnte die Lidfalte zum Beispiel mit dem Concealer vortupfen und dann die Punkte verbinden. Die Linie muss auf der Seite der Augenbraue super sauber sein. Alles, was auf dem beweglichen Lid passiert, ist nicht relevant, denn dieses wird nun auch komplett mit Concealer ausgefüllt.



- Concealer ganz trocknen lassen.
- Nun kann das Lid ganz nach Belieben mit hellen, glänzenden oder glitzernden Lidschatten geschminkt werden.
- Dazu passen sehr gut Eyeliner und geklebte Wimpern.
- Abgerundet wird der Look mit einem dezenten Lippenstift in einem Rosé- oder Nude-Ton.



SUSANNE GIOVANETTONI

Die selbstständige Hair- und Make-up-Artistin sowie Nailstylistin aus Flurlingen bringt über zehn Jahre Erfahrung aus der Beauty-Branche mit. Nach vielen verschiedenen Aus- und Weiterbildungen im Beauty-Bereich, arbeitete sie auch als Make-up-Artistin für MAC und Beni Durrer Schweiz. www.sgmakeup.ch

SUPER SIEG

27. SCHWEIZER MAKE-UP MEISTERSCHAFT – Die Gewinnerin der Make-up Meisterschaft 2021 zum Thema „Natural Glow“, Anita Gjini, im Interview.

Wie fühlt es sich an, die Siegerin der diesjährigen Schweizer Make-up Meisterschaft zu sein?

Ich bin überwältigt! Es fühlt sich unbeschreiblich schön an! Ich war mir sicher, dass ich gut abschneiden werde, jedoch hat mich der erste Platz überrascht! Wir hatten tolle Kandidatinnen, die ebenfalls grossartig arbeiten! Ich bin sehr dankbar für den Sieg und dass ich an der Meisterschaft teilnehmen durfte.

Wie haben Sie die Meisterschaft erlebt?

Es war ein unvergessliches Erlebnis! Das erste Mal durfte ich mein Talent vor Juroren und einem Publikum präsentieren und bin sehr stolz auf das Endergebnis. Es hat sehr viel Spass gemacht.

Würden Sie anderen Make-up-Artisten raten, an der Meisterschaft teilzunehmen? Ja unbedingt! Ich empfehle allen Make-up-Artisten teilzunehmen. Es ist ein Erlebnis, das nicht immer selbstverständlich ist. Ausserdem lernt man dabei neue Leute kennen, welche die eine oder andere Tür öffnen können für die Zukunft. Das darf man keinesfalls unterschätzen.

Wie haben Sie sich auf die Meisterschaft vorbereitet?

Als ich erfuhr, dass ich eine Kandidatin des Finales sein werde, war ich aufgeregt und konnte es kaum erwarten! Ich legte mich gleich ins Zeug und habe mich arbeitstechnisch, aber auch mental darauf vorbereitet. Doch das Coronavirus kam dazwischen!



Die Gewinnerin Anita Gjini mit ihrem Model zum Make-up-Thema „Natural Glow“.

Aufgrund der BAG-Richtlinien musste der Event verschoben werden. Während dieser Zeit kam es zu unvorhergesehenen Änderungen, weshalb ich ein neues Model brauchte. Das sagte mir dann kurzfristig ab. Anschliessend wurde ich stolze Mama eines wunderschönen Jungen! Das stellte mein Leben – auf eine schöne Art und Weise – komplett um.

Für das Finale brauchte ich jedoch noch ein Model und wurde dann auch fündig. Wie sagt man so schön? Alle guten Dinge sind drei. Wir konnten nur einmal ein Probe-Make-up durchführen, und das zwei Wochen vor dem Finale. Ich hoffte auf das Beste, war jedoch zuversichtlich, da ich ein sehr gutes Gefühl hatte.

Wie kamen Sie dazu, professionell zu schminken?

Ich habe das schon immer gern gemacht. In meinen jungen Teenager-Jahren habe ich jeweils das Make-up meiner Schwägerin ausgeliehen und mich dann heimlich in meinem Zimmer geschminkt. Es fühlte sich toll an! Jedoch musste ich das Make-up schnell wieder entfernen. Grund dafür war die eher strengere Erziehung meiner Eltern.

Was steht als Nächstes auf Ihrer Agenda?

Das grösste Projekt zurzeit ist die Make-up Europameisterschaft in München. Da wir aber inmitten einer Pandemie stecken, kann ich dazu nicht viel sagen. Die Projekte werden eher spontan auf die Beine gestellt. Ich freue mich aber immer auf Kundenaufträge und Zusammenarbeiten mit Firmen.

Woher nehmen Sie Ihre Inspiration?

Meine Inspiration entnehme ich nicht nur einer Person oder einer Sache. Meine Kreativität und mein geschultes Auge erkennen nun nach viel Training weit mehr als vor ein paar Jahren.

Haben Sie ein Vorbild?

In Bezug auf Make-up habe ich mehrere Vorbilder. Auf das Leben bezogen, muss ich aber sagen: meine Mama! Sie verkörpert für mich Stärke, Mut und Unabhängigkeit.

Wen würden Sie gerne einmal treffen?

Mario Dedivanovic! Ich war schon immer fasziniert von seiner Arbeit.

Das Interview führte Jaqueline Kramer.

Foto: Roland Soldi

Auf Wiedersehen *in 2022*

Don't forget!

Lassen Sie die BEAUTY FORUM SWISS 2021 mit unserem After-Movie Revue passieren. Surfen Sie vorbei: www.beauty-fairs.ch



BEAUTY FORUM SWISS – Die diesjährige Ausgabe der BEAUTY FORUM SWISS markierte den Neustart inmitten turbulenter Zeiten. Sie bot der Schweizer Beauty-Community endlich wieder einen Ort für den persönlichen Austausch. Kaum ist die Fachmesse vorbei, bereiten wir auch schon die nächste vor – bleiben Sie gespannt, weitere Infos folgen!

Foto: Roland Soldi

Für Powerfrauen!

BEAUTY FORUM BUSINESS



www.beauty-forum.ch/probeheft

BEAUTY FORUM BUSINESS

Regulatpro® Hyaluron ♥

Die Nr. 1 wenn es um Schönheit von innen geht

DAS UNABHÄNGIGE INSTITUT
DERMATEST BELEGT DIE MAGISCHE
WIRKKRAFT NACH BEREITS 40 TAGEN:

- Falten-Reduktion bis zu 38 %
- Bessere Hautfeuchtigkeit bis zu 37 %
- Erhöhung Hautglätte bis zu 27 %
- Steigerung Elastizität bis zu 26 %
- Kraftvolleres Haar bei 50 %
und festere Nägel bei 45 %
der Probandinnen

«Mein absoluter Favorit für
gesunde Schönheit von innen!
Dank dem Anti-Aging-
Beauty-Drink Regulatpro®
Hyaluron fühle mich rundum
wohl in meiner Haut – vor der
Kamera wie im Privatleben.»

TV-Moderatorin Patricia Boser

Patricia Boser



vegan



laktosefrei



glutenfrei

regulat-direct.ch | 071 788 60 30 | info@enzympro.com | [@enzympro](https://www.instagram.com/enzympro)

beautyfox.ch
ONLINE SHOP
beauty . healthcare . hairdressers

Best
PRICES



Swiss
SERVICE



beautyfox.ch



beautyfox.ch
ONLINE SHOP

SHOP NOW

DISCOVER THE **NEW**
SECTION OF PRODUCTS FOR
HAIRDRESSERS



PARACEUTICAL
ESSENTIAL
IN CLINIC

High Concentration, No Irritation™

DERM ALPH
LIVE YOUR SKIN

NOON AESTHETICS

Azelac Forte 25
with DermShield™

Treatment for Bumpy
Skin with Papules,
Associated Redness
(Rose-Red Papules, Red
Rash) and Whitening
(Melanoderma)

Azelac Acid 25%

PARACEUTICAL
50 gr / 1.76 Oz

Maßstäbe setzen
mit 25% Azelainsäure

Azelainsäure ermöglicht eine
effektive und sichere Behandlung
bei Rosazea!

Azelac Forte 25 enthält zusätzlich 5 % Alpha Arbutin.

SKINMEDIC
WEITERE INFOS AUF: www.skinmedic.de

Ausbildungen

KOMPETENTE ADRESSEN – für Ihre Aus- und Weiterbildung
in den verschiedenen Fachbereichen finden Sie in nachfolgender Übersicht

Klassische Kosmetik

■ Basel

Maria Schweizer AG Fachschule für Kosmetik Internationale CIDESCO-Schule

Die erste Kosmetikfachschule der Schweiz wurde 1936 von Maria Schweizer gegründet und bietet somit langjährige Erfahrung in der Ausbildung von Kosmetikerinnen. Die Maria Schweizer AG ist eduQua zertifiziert und setzt mit ihren qualifizierten Kursleiterinnen auf Professionalität und Fachkompetenz. Erfahren Sie mehr über die berufsbegleitenden und Intensiv-Lehrgänge mit Diplomabschluss, das international anerkannten CIDESCO-Diplom und unsere vielfältigen Angebote an den drei Standorten in Zürich, Basel und Burgdorf. Professionalität fängt mit Bildung an - entscheiden Sie sich für eine Ausbildung auf höchstem Niveau. Wir begleiten Sie auf Ihrem Weg zum Traumberuf.
Elisabethenanlage 7, 4051 Basel
Tel. +41 61 262 00 88
info@kosmetikfachschule.ch
www.mariaschweizer.ch

■ Bern

faces Fachschule für Kosmetik academy of make-up

Professionelle Aus- und Weiterbildungen mit Diplomabschluss für Ihren Erfolg in der Beautybranche, all in 1. KosmetikerIn, Make-up Artist/VisagistIn, Permanent Make-up, Naildesign, Hairstyling, MasseurIn, Lash Extensions, Lash Lifting, Med. Kosmetik (Plasma Corrector, Nano-/Micro-Needling, LED-Therapie, Hyaluron-Filler).
Spitalgasse 28, 3011 Bern
Tel. 031 312 18 00
info@faces-kosmetikschiule.ch
www.faces-kosmetikschiule.ch

■ Burgdorf / Dübendorf

SWISS WELLNESS ACADEMY

Mit der Swiss Wellness Academy kommen Sie beruflich weiter. Über 100 Aus- und Weiterbildungen an den Standorten Burgdorf und Dübendorf warten auf Sie. Erfahrene Dozenten und Dozentinnen bilden Sie in den Bereichen Wellness, Kosmetik, Fusspflege, Selbstmanagement, Massage, Hair und Physiotherapie weiter und bieten praxisnahe Verkaufs- und

Marketingseminare an. Dank dem Anschluss an die Simon Keller AG profitieren Sie beim Besuch eines Seminars von Sonderkonditionen auf die kursspezifischen Produkte.

Lyssachstrasse 83, 3400 Burgdorf
Tel. +41 34 420 08 04,
Fax: +41 34 420 08 01
info@swa.ch, www.swa.ch

■ Dübendorf

BEAUTY BUSINESS SCHOOL BBS

Markenspezifisches Fachwissen, fundiertes praktisches Können sowie aktuelles Zusatzwissen zu Marketing und Verkauf sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren, um Ihre gesteckten Ziele zeitnah zu erreichen. Die Beauty Business School BBS unterstützt Sie dabei mit exklusiven Schulungen und Weiterbildungen, die Ihnen das richtige Know-how und viel Selbstvertrauen mit auf den Weg geben.
Beauty Business School BBS
Jean-Pierre Rosselet Cosmetics AG
Hochbordstrasse 9, 8600 Dübendorf
044 389 87 87, bbs@jp-rosselet.ch
www.beauty-business-school.ch

■ Luzern

DICKERHOF AG

Bildungszentrum für Massage, Pflege und Kosmetik

Wir sind ein ISO 29990- und EduQua zertifiziertes Unternehmen mit moderner Infrastruktur. Die Lehrgänge werden berufsbegleitend in Tages- oder Abendkursen, sowie an den Wochenenden angeboten. Kontakt und Unterlagen unter www.dickerhof.ch oder unter der Nummer 041 544 95 35.
Dickerhof AG,
Rüeggisingerstrasse 29
6020 Emmenbrücke

Medical Beauty Park Academy Luzern

Mitten im Herzen von Luzern eröffnet im Herbst 2020 die Medical Beauty Park Academy ihre Türen und bietet nebst spannenden Weiterbildungsseminaren auch eine fundierte, berufsbegleitende Ausbildung zur Kosmetikerin/Kosmetiker.
Ausbildung zur Diplom Kosmetikerin: 12 Monate, berufsbegleitend
– Sie haben die Wahl:
Wöchentlich: Dienstag ganzer Tag

Mittwoch & Donnerstag Abend

Start: 23.2.2021

oder

Jeweils 4 Tage pro Monat:

Do, Fr, Sa, und Sonntag

Start: 25.2.2021

– Praxis & Theorieunterricht:

Anschließend an die Ausbildung besteht die Möglichkeit eines Praktikums in einem unserer Institute. Arbeitserfahrung und ein Arbeitszeugnis erleichtern Ihnen den Einstieg in die Berufswelt.

– Intensiv-Betreuung:

Solide und intensive Betreuung dank Kleinklassen von maximal 10 Teilnehmern.

– Seminare & Intensiv-Workshops:

Wir bieten laufend spannende Seminare und Intensiv-Trainings zu verschiedenen Beautytrends und apparativen Behandlungsmethoden an. Als Teilnehmer/in profitieren Sie von der praxisbezogenen Unterrichtsweise und der langjährigen Erfahrung unserer Dozenten.

Medical Beauty Park Academy

Obergrundstrasse 87

6005 Luzern, Tel.: 041 360 11 11

www.mbp-academy.ch

■ St. Gallen

ARCOS die internationale Kosmetikfachschule

wurde 1999 als erste Schule der deutschsprachigen Schweiz von CIDESCO international anerkannt. CIDESCO arbeitet nur mit führenden Schulen der Welt zusammen. Die ARCOS erfüllt den internationalen Standard und bietet die geforderten Qualifikationen an. Die Kosmetikfachschule ist seit über 20 Jahren unter gleicher Leitung. Erfahrung und Kontinuität die sich auszahlt. Alle Lehrgänge sind ISO 29990 zertifiziert. Die ARCOS gehört der Sektion Fachschulen SVKAB des Schweizerischen Fachverbandes für Kosmetik (SFK) an und erfüllt somit weitere Grundlagen, die den Absolventinnen eine seriöse und fundierte Ausbildung garantieren. Auf einer über 300 qm2 grossen Schul- und Praktikumsfläche mit moderner Einrichtung bietet die Kosmetikfachschule den Absolventinnen alles, was eine qualifizierte Ausbildung ausmacht. Die lichtdurchfluteten Räume und die schlichte Eleganz bieten ideale Voraussetzungen für ein gutes Lernklima. Durch die intensive Ausbildungszeit von rund 1'400 Stunden sind die Teilnehmerinnen mit ihrer fundierten Ausbildung auf dem Kosmetikmarkt gefragt.

ARCOS
Internationale Kosmetikfachschule
Heiligkreuzstrasse 12 A,
9008 St. Gallen, +41 71 250 19 19
www.arcosakademie.ch
wolf@arcosakademie.ch

■ Zürich

Maria Schweizer AG

Fachschule für Kosmetik Internationale CIDESCO-Schule

Die erste Kosmetikfachschule der Schweiz wurde 1936 von Maria Schweizer gegründet und bietet somit langjährige Erfahrung in der Ausbildung von Kosmetikerinnen. Die Maria Schweizer AG ist eduQua zertifiziert und setzt mit ihren qualifizierten Kursleiterinnen auf Professionalität und Fachkompetenz. Erfahren Sie mehr über die berufsbegleitenden und Intensiv-Lehrgänge mit Diplomabschluss, das international anerkannte CIDESCO-Diplom und unsere vielfältigen Angebote an den drei Standorten in Zürich, Basel und Burgdorf. Professionalität fängt mit Bildung an – entscheiden Sie sich für eine Ausbildung auf höchstem Niveau. Wir begleiten Sie auf Ihrem Weg zum Traumberuf.
Stettbachstrasse 6, 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 312 39 39
info@mariaschweizer.ch
www.mariaschweizer.ch

Medizinische Kosmetik

■ Baar

swissestetic AG

Erfolgreich dank Wissen
Die Kosmetikbranche durchlebt einen ständigen Wandel. Es ist nicht einfach, auf dem neuesten Stand zu bleiben. Die Kunden haben immer höhere Ansprüche, die rechtlichen Anforderungen werden komplizierter und die Kosmetikindustrie bringt laufend neue Produkte auf den Markt.
Wir helfen Ihnen, auf dem neuesten Stand zu bleiben. Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung in der kosmetisch-medizinischen Branche. Nehmen Sie teil an unseren professionellen Weiterbildungen und Events, lernen Sie unsere innovativen Produkte und Behandlungen kennen und lieben.
Seien Sie erfolgreich dank Wissen! Wir freuen uns auf Sie.
Unsere fundierten Schulungen inklusive Zertifikat beinhalten unter anderem die folgenden Themen, bei denen Theorie, sowie auch die praktische Anwendung kompetent weitergegeben werden:
Anti-Aging, Akne, chem. Peeling, Depigmentation, Kabinenbehandlungen, Verkaufsprodukte und viele mehr.
Die aktuellen Kursdaten finden Sie auf unserer Homepage.
Adresse:
swissestetic AG
Blegistrasse 5, 6340 Baar, Schweiz
Kontakt
041 768 80 80
www.swissestetic.ch

Weiterbildungs-Kategorien

- Medizinische Kosmetik Marken
- mesoestetic
- swissestetic

■ Birmensdorf

MED BEAUTY SWISS AG WISSEN SCHAFFT SCHÖNHEIT®

Hochwertige Produkte und anspruchsvolle Treatments aus der Medizinischen Kosmetik erfordern eine aktuelle Fachkenntnis für Beratung, Behandlung und Verkauf. Wir bieten im Sinne der Ganzheitlichkeit, Seminare über folgende Marken an: Med Beauty Swiss, cell premium und als Schweizer Distributor ebenfalls TEAM DR JOSEPH –HIGHTECH NATURAL COSMETICS, MD SKIN SOLUTIONS und UNG [dekorative Kosmetik].
Gerne übersenden wir Ihnen auf Anfrage unser Seminarangebot oder informieren Sie sich auf unserer Homepage über das aktuelle Programm.
Med Beauty Swiss AG
Weissenbrunnenstrasse 41
CH-8903 Birmensdorf
Tel. 044 260 22 80,
Fax: 044 260 22 81
office@medbeauty.com
www.medbeauty.com,
www.cellpremium.com

■ Zürich

Fachakademie für Ästhetische und Medizinische Kosmetik Zürich

Wir von der Fachakademie für Medizinische Kosmetik setzen uns für ein professionelles Miteinander von Kosmetiker/innen und Ärzten ein. Kosmetiker/innen übernehmen in dieser Zusammenarbeit wichtige Aufgaben als Bindeglied zwischen Patienten und Patientinnen und den Ästhetikmediziner/innen. Ästhetische und Medizinische Kosmetik Aus- und Weiterbildungen:

- Master / Diplom: "Ästhetische Derma-Kosmetik in medizinisch ausgerichteter Kosmetik"
 - Kosmetologie und Medizinische Grundlagen
 - Sprechstundenassistent
 - Apparative Med. Kosmetikgeräte
 - Theoretischer und praktischer Teil (aufgeteilt in 22 Module) – (einschliesslich 180 Praxisstunden mit Kunden)
 - FILLER: Anatomie und Hyaluronsäure Base Filler
 - Alterungsprozess des Gesichts und Konzepte Gesichtsanatomie
 - Kontraindikationen Prävention & Nebenwirkungsmanagement
 - Live Demonstration Behandlung mit Filler
 - Sprechstundenassistent mit Kantonale Berufsfachschule
- Der Kurs setzt sich aus folgenden Themen zusammen:
- Grundlagen Hygiene, Desinfektion, Sterilisation
 - Instrumentenkenntnisse, Vorbereitung Kleinchirurgie
 - Vitalzeichenkontrolle und Blutentnahme venös
 - Einfache Notfallsituationen und Erstbehandlung, Telefonsituationen
 - Injektionen (s.c. und i.m), Aufziehen von Lösungen und subcutane Injektionstechnik, Injektionstechnik intramuskulär und ventroglute

Rüdenplatz 2, 8001 Zürich
Tel. +41 43 818 58 75
fachakademiebyosoraya@yahoo.com
www.fachakademie-medinische-aesthetische-kosmetik.ch

Lashes

■ Frauenfeld

alessandro Schweiz AG / GL Beautycompany

Die alessandro Schweiz AG zählt durch ihr umfassendes Qualitätssortiment zu den führenden Anbietern von hochqualitativen Produkten und Dienstleistungen in der Schweiz. In unserer modernen Academy in Frauenfeld bilden wir stetig neue Talente aus und begleiten Profis in der Aus- und Weiterbildung. Professionelle Schulungen auf höchstem Niveau rund um das Thema Naildesign, Pediküre, Sugaring-Waxing und Lashes erwarten Sie bei uns.
alessandro Schweiz AG
Bahnhofstrasse 88
8500 Frauenfeld
info@alessandro.ch
Tel. 052 762 01 01
www.alessandro.ch
www.gl-beauty.ch

■ Vira

VIPLASHES

Schulungen und hochwertige Produkte für Wimpernverlängerung und Augenbrauen sowie Pflegeprodukte rund ums Auge. Die VIPLASHES GmbH bietet seit 10 Jahren professionelle Schulungen in Wimpernverlängerung, Lash-Lifting, Brow-Lifting und Brow-Henna an. Schulungen finden in der ganzen Schweiz mit sehr erfahrenen und erfolgreichen Schulungsleiterinnen statt. VIPLASHES Produkte werden in Zusammenarbeit mit den Produzenten selbst entwickelt und hergestellt. Qualität und Innovation ist unsere Motivation. Unsere Produkte richten sich immer nach der EU Kosmetikverordnung. Gerne informieren und beraten wir Sie persönlich, denn dies ist bei VIPLASHES immer Chefsache.
Via Cantonale 75, CH-6574 Vira
Tel. 091 858 37 30
info@viplashes.ch, www.viplashes.ch

■ Zürich / Schaffhausen

Luxus Lashes Schweiz

Ausbildungen zur zertifizierten Profi-Wimpernstylisten. Wir bieten: Volumentechnik und Workshops, Umschulungen nach Kundenwünschen auch in ihrem Studio. Moderne Schulungsräume, kleine Gruppen, in Zürich und Schaffhausen. Sie erhalten ein fachmännisches Wissen mit viel Praxis. Neu für Profis, oder die es werden möchten: Volumen & Style, 2-Tages Intensivschulung für Fortgeschrittene, Wimpernlifting-Schulungen.
Sternenstrasse 29, 8002 Zürich
Stadthausgasse 23, 8200 Schaffhausen
www.luxuslashes-schweiz.ch
mail@augenblick-sh.ch

Make-up

■ Bern

BLEND – Academy of Make-up Artistry Visagistschule

Ausbildung / Weiterbildung
Die Nummer 1 Ausbildung zum professionellen Hair- & Make-up-Artisten / Visagisten im Herzen von Bern. Unter erstklassigen Bedingungen baust Du Dir im familiären Umfeld eine vielfältige Grundlage auf, um in der Beautybranche durchzustarten. Du lernst alles über Make-up und Hairstyling von Schweizer Top Make-up-Artisten und profitierst von unserem Netzwerk. In aufbauenden Modulen bieten wir eine solide Grundausbildung zum Visagisten für Quereinsteiger und Fachleute sowie Weiterbildungen im Bereich Hairstyling und Make-up. Zudem organisieren wir regelmässig Workshops und Masterclasses.
Aarberggasse 36,
Tel. 031 312 20 00
mail@blend-academy.ch
www.blend-academy.ch

faces Fachschule für Kosmetik academy of make-up

Professionelle Aus- und Weiterbildungen mit Diplomabschluss für Ihren Erfolg in der Beauty-Branche, all in 1. KosmetikerIn, Make-up Artist/ VisagistIn, Permanent Make-up, Naildesign, Hairstyling, MasseurIn, Lash Extensions, Lash Lifting, Med. Kosmetik (Plasma Corrector, Nano-/ Micro-Needling, LED-Therapie, Hyaluron-Filler).
Spitalgasse 28
3011 Bern
Tel. 031 312 18 00
info@faces-kosmetikschule.ch
www.faces-kosmetikschule.ch

■ Wetzikon

Visagistschule Face Design GmbH

Ihre Vorteile:
– Seit 20 Jahren die führende Visagistschule der Schweiz.
– State-of-the-Art-Lehrgang zum Make-up-Artist PRO mit repräsentativem Diplom nach neuesten Standards.
– Umfassend, immer topaktuell und konsequent praxisorientiert.
– Begleitet und gecoacht von absoluten Make-up-Profis mit langjähriger Praxiserfahrung und Referenzen aus der internationalen Visagistenwelt.
– Strukturiert und erfolgsorientiert aufgebaut, nach erwachsenbildnerischen Grundsätzen, Spass und Lernerfolgserlebnisse garantiert!
– Unterricht in brandneuer, topmoderner Infrastruktur mit speziellem Make-up-Mobiliar und Lichtsystem für höchsten Unterrichtskomfort.
– Inbegriffen ist das umfassende Produktsortiment mit grosser Auswahl an Profi-Marken, Materialien und dem Face-Design-Pinselsortiment.
– Kooperation mit renommierter Modelagentur für das persönliche Portfolio-Shooting unter realen Bedingungen.
– Nach 6 Monaten ausgebildet um national und international professionelle Make-up-Dienstleistungen anzubieten, selbständig und erfolgreich.

– Grosses Weiterbildungsangebot in den verschiedenen Spezialgebieten, unterrichtet von Top-Grössen ihres Fachs dank dem internationalen Netzwerk von Face Design.

– Schweizweit bekannt für einmalige Talentförderung und Begleitung auch nach der Ausbildung.

Face Design Visagistschule – Ihr premium Ausbildungspartner im Bereich Make-up und Visagistik in der Schweiz.

Zürcherstrasse 91, 8620 Wetzikon
Tel. 044 994 60 40
info@facedesign.ch, www.pofity.ch
www.facedesign.ch, www.pofity.ch

Permanent-Make-up

■ Aarau

MAYKOSMETIK ACADEMY

Perfektion rund um die Uhr. Schönheit ohne Aufwand. Gleichbleibendes Aussehen in allen Lebenslagen. Tag und Nacht eine tolle Ausstrahlung. Träumen Sie auch davon, Ihre Kunden das anzubieten? Unsere Schulungsangebote:
Grundausbildungen PMU, Microblading, Farbschulung, Korrektur Workshop, PMU Entfernung mit Professional Remover, Workshops Spezial Technik, Candy Lips/ Eyeliner/ Nano Brows/ Herren Pigmentation, Onkologische Pigmentierung, Tricho (Skalp) Pigmentation, Areola- und Narbenpigmentation. Vertiefen Sie Ihr praktisches Können bei einer Privat-Schulung, auch für Umsteiger geeignet.
Ausbildung in Deutsch, Französisch
MAYKOSMETIK ACADEMY
Laurententorgasse 14
5000 Aarau
+41 62 822 71 87
+41 79 212 08 27
academy@maykosmetik.ch
www.maykosmetik.ch

■ Basel

Conny Egg Cosmetics GmbH

Permanent Make-up Einzelschulung und Weiterbildungs-Seminare auch in Ihrem Institut. Vertrieb von CE und GS-geprüften Geräten (Einsteiger- und Profigeräte), Farben, Zubehör.
Hammerstrasse 50
4058 Basel
Tel. 061 681 08 52
Fax: 061 683 11 7
admin@conny-egg-cosmetics.ch
www.conny-egg-cosmetics.ch

■ Dottikon

Natural Design Swiss Academy

Offizielles PMU Verband Ausbildungsinstitut.
Über 20 Jahre Erfahrung.
Grundausbildung mit persönlicher Betreuung bis zu einem Jahr nach der abgeschlossenen Ausbildung.
Visagistik-Kurs und verschiedene Weiterbildungen.
Medizinisches Permanent Make-up.
Areola, Trichopigmentation, SMP
Modelle werden für Sie organisiert

Ausbildung in Deutsch, Italienisch, Portugiesisch, Englisch und Spanisch.
Othmarsingerstrasse 3,
5605 Dottikon AG
Tel. 056 535 43 34
www.naturaldesign.ch

Nail

■ Frauenfeld

alessandro Schweiz AG

Die alessandro Schweiz AG zählt durch ihr umfassendes Qualitätssortiment zu den führenden Anbietern von hochqualitativen Produkten und Dienstleistungen in der Schweiz.

In unserer modernen Academy in Frauenfeld bilden wir stetig neue Talente aus und begleiten Profis in der Aus- und Weiterbildung. Professionelle Schulungen auf höchstem Niveau rund um das Thema Naildesign, Pediküre, Sugaring-Waxing und Lashes erwarten Sie bei uns.
alessandro Schweiz AG
Bahnhofstrasse 88
8500 Frauenfeld
info@alessandro.ch
Tel. 052 762 01 01
www.alessandro.ch

■ Mellingen

GRECO AG / LCN

Infos zum Weiterbildungsangebot: Ausbildung zur Nail-Designerin, Ausbildung zur Maniküristin und Workshops Nail-Art.
Obere Bahnhofstrasse 11
5507 Mellingen
Tel. 056 481 77 88, Fax: 056 481 77 80
info@greco.swiss, www.greco.swiss

Fusspflege

■ Burgdorf / Dübendorf

SWISS WELLNESS ACADEMY

Mit der Swiss Wellness Academy kommen Sie beruflich weiter. Über 100 Aus- und Weiterbildungen an den Standorten Burgdorf und Dübendorf warten auf Sie. Erfahrene Dozenten und Dozentinnen bilden Sie in den Bereichen Wellness, Kosmetik, Fusspflege, Selbstmanagement, Massage, Hair und Physiotherapie weiter und bieten praxisnahe Verkaufs- und Marketingseminare an. Dank dem Anschluss an die Simon Keller AG profitieren Sie beim Besuch eines Seminars von Sonderkonditionen auf die kursspezifischen Produkte.
Lyssachstrasse 83
3400 Burgdorf
Tel. +41 34 420 08 04
Fax: +41 34 420 08 01
info@swa.ch
www.swa.ch

Haarentfernung

■ Aarau

MAYKOSMETIK ACADEMY

Sugaring als Enthaarungsmethode liegt hoch im Trend. Begeistern Sie jetzt Ihre Kunden mit Ihrem erweiterten Angebot als Dermapeepil Sugaring Profi. Mit unseren Ausbildungsangeboten in kleinen Gruppen von 2 bis 6 Teilnehmern können auch Sie diese zuckersüsse Haarentfernungsmethode erlernen und sofort in Ihrem Institut anbieten. Mit der "Dermapeepil Basic" Schulung legen Sie den ersten Grundstein für Ihre Ausbildung. Vertiefen und festigen Sie 4 bis 6 Wochen nach der Basic Schulung am "Praxis Day" das Gelernte gratis. Mit unserer "Dermapeepil Expert Sugaring" Schulung, werden allfällige Fehlhaltungen angeschaut. Ausbildung in Deutsch, Französisch und Italienisch. Laurezentorgasse 14 | 5000 Aarau
+41 62 822 71 87, +41 79 212 08 27
academy@maykosmetik.ch
www.maykosmetik.ch

Massagen

■ Burgdorf / Dübendorf

SWISS WELLNESS ACADEMY

Mit der Swiss Wellness Academy kommen Sie beruflich weiter. Über 100 Aus- und Weiterbildungen an den Standorten Burgdorf und Dübendorf warten auf Sie. Erfahrene Dozenten und Dozentinnen bilden Sie in den Bereichen Wellness, Kosmetik, Fusspflege, Selbstmanagement, Massage, Hair und Physiotherapie weiter und bieten praxisnahe Verkaufs- und Marketingseminare an. Dank dem Anschluss an die Simon Keller AG profitieren Sie beim Besuch eines Seminars von Sonderkonditionen auf die kursspezifischen Produkte. Lyssachstrasse 83
3400 Burgdorf
Tel. +41 34 420 08 04
Fax: +41 34 420 08 01
info@swa.ch
www.swa.ch

Farb- & Stilberatung

■ Bern/Zürich/Vevey

Koloristika GmbH

Infos zum Weiterbildungs-Angebot:
Koloristika GmbH – Ausbildungszentrum für Farbe, Stil & Image
Wir bieten seit über 37 Jahren eine umfassende, zeitgemässe und massgeschneiderte Aus- und Weiterbildung im Bereich der Farbe, Stil & Imageberatung in der ganzen Schweiz an.
• Dipl. Farb- und ModestilberaterIn Damen SIF auch im Fernlehrgang möglich
• Dipl. StylistIn SIF
• Dipl. Personal ShopperIn SIF
• Dipl. ImageberaterIn Professional SIF
• Diverse Seminare/Workshops
Unsere Standorte:
Koloristika GmbH, Chaumontweg 20, 3095 Spiegel b. Bern
Koloristika & Atelier Joerg Kressig, Zähringerstrasse 32a, 8001 Zürich
3C Conseil en image, Mme Chantal Cadonin, Rue du Midi 17, 1800 Vevey
Tel. : +41 31 972 18 19
info@koloristika.ch
www.koloristika.ch

VERBÄNDE



Schweizer Fachverband für Kosmetik
Bernstrasse-West 64, CH-5034 Suhr, Tel.: 062 822 01 33
info@sfkinfo.ch, www.sfkinfo.ch



Der schweizerische Fusspflegeverband
Wisacherstrasse 2a, 8182 Hochfelden, Tel.: 0840 088 088,
info@fusspflegeverband.ch, www.fusspflegeverband.ch



Schweizer Fachverband für
Permanent Make Up (PMU)
Aarestrasse 17, 5412 Vogelsang, Tel. 079 859 86 05
info@permanentmakeup-verband.ch, www.permanentmakeup-verband.ch



Berufsverband Fusspflege Schweiz – BVFS
Der Schlüssel zur Professionalität
Gasterweg 5d, 8730 Uznach, Tel.: 0798269682
berufsverband-fusspflege@mail.ch, www.berufsverband-fusspflege.ch



Schweizerische Gesellschaft für medizinische Kosmetik
Dorfstrasse 19a, CH-6340 Baar
Tel. 078 749 25 88, info@sgmkverband.ch, www.sgmkverband.ch



Schweizerische Informations- und Fachstelle für Farb- und Modestilberatung
Chaumontweg 20, CH-3095 Spiegel bei Bern
Tel.: 031 972 50 13, Fax: 031 971 14 01
info@farbstil.ch, www.farbstil.ch



Offizieller Berufsverband
der Schweizer NaildesignerInnen
Postfach, 3123 Belp, Tel.: 079 425 87 74
office@swissnaildesign.ch, www.swissnaildesign.ch



Visagisten Verband der Schweiz
Winkelriedstrasse 66, 8203 Schaffhausen
Tel.: 052 624 46 89, sekretariat@vuds.ch, www.vuds.ch

Horoskop

IHRE STERNSTUNDEN IM NOVEMBER



SKORPION (24.10.–22.11.):

Die Sterne bieten einen Mix aus wirklich vielversprechenden Chancen und einigen kleinen Herausforderungen. Auf alle Fälle befinden Sie sich dank Sonne und Mars auf einem hohen Energielevel und können dadurch jede Menge wegschaffen! Ausserdem ist es Ihnen mit Kommunikator Merkur an Ihrer Seite ein Leichtes, mit Ihren Argumenten ins Schwarze zu treffen. Amor meint es in den kommenden Wochen ausgesprochen gut mit Ihnen und streut jede Menge Goldpuder über Ihr Liebesleben. So richten Sonne, Mars und Venus das Scheinwerferlicht auf Sie, lassen Sie strahlen und beschenken Sie mit viel Sex-Appeal und einer sehr weiblichen, faszinierenden Ausstrahlung!

♏ Schütze (23.11. – 21.12.): Auch wenn Sie mit Ihrem feurigen Temperament gerne einen Senkrechtstart hinlegen, sollten Sie es bis erst einmal ruhiger angehen lassen. Nun geht es darum, Altes zum Abschluss zu bringen und Neues zu planen und vorzubereiten.

♑ Steinbock (22.12. – 20.1.): Im November gibt vor allem Venus den Ton an. Nicht nur Ihre Kreativität und Ihr Schönheitssinn werden geweckt, es lassen sich ausserdem wertvolle Kontakte knüpfen, die Ihnen auch beruflich nützlich sein könnten. Erfolge in allen Bereichen möglich!

♒ Wassermann (21.1. – 19.2.): Nehmen Sie sich in den kommenden Wochen nicht zu viel vor. Zum einen kommt wahrscheinlich einiges anders als gedacht, und zum anderen funktioniert das Wenigste gleich auf Anhieb. Das zehrt an den Nerven und schwächt Ihre Vitalität!

♐ Fische (20.2. – 20.3.): Bescheidenheit ist wunderbar, aber Sie dürfen auch einmal nur an sich denken! Deshalb sollten Sie die Chancen und die glücklichen Fügungen, die sich Ihnen jetzt bieten, auch nutzen!

♈ Widder (21.3. – 20.4.): Zwar stärken Ihnen Jupiter und Saturn weiterhin den Rücken, doch es läuft in Ihrem Beziehungsleben und Ihren Finanzen nicht rund. Tätigen Sie jetzt keine wichtigen Geldgeschäfte. Auch Ihr Selbstwertgefühl leidet unter Minus-Venus im Steinbock.

♉ Stier (21.4. – 20.5.): Achten Sie jetzt darauf, dass sich Geben und Nehmen in Ihrem Leben im Einklang befinden! Leider neigen Sie nämlich gerade dazu, sich zu verbiegen, um Ihre Ziele zu erreichen. Stabilität erreichen Sie nur, wenn Sie sich selbst treu bleiben!

♊ Zwillinge (21.5. – 21.6.): Ab dem 23.11. wird es wichtig werden, nicht den Parolen anderer zu folgen, sondern Ihre eigene Linie zu finden, um Erfolg zu haben. Nutzen Sie die beschaulichen ersten Novemberwochen, um sich über Ihre Einzigartigkeit Gedanken zu machen!

♋ Krebs (22.6. – 22.7.): Insbesondere beruflich stehen alle Zeichen auf Erfolg! Denn Sonne, Mars und Merkur bilden ein perfektes Trio, um frische Ideen und Lösungsansätze unmittelbar umzusetzen.

♌ Löwe (23.7. – 23.8.): Preschen Sie jetzt nicht unkontrolliert nach vorn, wenn Sie sich keinen Dämpfer abholen möchten! Es geht derzeit nicht darum, Ihren Willen durchzusetzen, sondern trotz aller Stürme im Aussen in der eigenen Mitte zu bleiben.

♍ Jungfrau (24.8. – 23.9.): Entscheidungen, die Sie jetzt treffen, können Gold wert sein. Ihre Ziele erreichen Sie dank Merkur und Mars mit den richtigen Schachzügen und der nötigen Power auf Anhieb! Und auch Ihre Beziehungen (private und geschäftliche) gewinnen an Stabilität!

♎ Waage (24.9. – 23.10.): Momentan sind Sie mit einer Grübel-Konstellation konfrontiert. Bleiben Sie trotzdem objektiv, dann merken Sie, für was Sie dankbar sein können. Ab dem 23.11. bringt ein positiver Einfluss Selbstbewusstsein und Freude zurück.



JUTTA GILCH ist Kosmetikerin und selbstständige Astrologin. Ihr Ziel als Beauty-Coach besteht darin, energetische Blockaden aufzulösen, die uns daran hindern, das Schöne in und um uns zu pflegen.

BEAUTY FORUM

28. Jahrgang 2021
www.beauty-forum.ch

Copyright
Health and Beauty Germany GmbH,
Ettlingen/Deutschland

Organ
Offizielles Organ der BEAUTY FORUM SWISS

Herausgeber und Verlag
Health and Beauty Marketing
Swiss GmbH

Geschäftsführer:
Roger von Ah, Roberto Valente
Zinggertorstrasse 1a
6006 Luzern
Tel. 041 417 07 70; Fax: 041 417 07 71
www.health-and-beauty.ch
info@health-and-beauty.ch

Redaktion
Jaqueline Kramer
Tel. +49 7243 72 78 197
jaqueline.kramer@health-and-beauty.com

Art Director
Rolf Jäger
Tel. +49 7243 72 78 194
rolf.jaeger@health-and-beauty.com

Leser-Service
Martina Schmider
Tel. 041 417 07 78
martina.schmider@health-and-beauty.ch

Head of Sales
Florian Knobloch
Tel. +49 7243 72 78 116
florian.knobloch@health-and-beauty.com

Sales Manager
Tobias Klumpp
Tel. 078 212 26 22
tobias.klumpp@health-and-beauty.com

Sales Managerin
Jenny Kromer
Tel. +49 7243 72 78 198
jenny.kromer@health-and-beauty.com

Projektleitung Messe
Michelle Kuliskiewicz
Tel. 041 417 07 75
michelle.kuliskiewicz@health-and-beauty.ch

Anzeigenpreisliste
vom 1.1.2021

Bezugspreise
Einzelpreis pro Heft: CHF 9.- inkl. Porto
Jahresabonnement: für 10 Ausgaben
CHF 79.- inkl. Porto
Schülerabo: CHF 50.- inkl. Porto

Verlagsrepräsentanten Ausland
Deutschland und Österreich
Health and Beauty Germany GmbH
Ludwig-Erhard-Str. 2
D-76275 Ettlingen
Postfach 10 04 11
D-76258 Ettlingen
Tel. +49 7243 7278-0; Fax: +49 7243 7278-227
www.beauty-forum.ch

Frankreich
Health and Beauty
Marketing France SARL
5, Rue Geoffroy Marie
F-75009 Paris

Paris
Tel. +33 1 84 79 27 80
info@health-and-beauty.fr
www.beauty-forum.fr

Griechenland
Beauty Greece Tsirimokou O.E.
Vouliagmenis Ave 415 & Ergaton Typou 2
16346 Ilioupoli
GR-11710 Athen
Tel. +30 210 9010016
Fax +30 210 9016663
info@beautygreece.gr
www.beautygreece.gr

Italien
ZeroVenti, Loris Sparti
Via Valprato, 68
I-10155 Torino
Tel. +39 348 2247176
loris.sparti@zeroventi.com

Polen
Health and Beauty Media Sp.z.o.o.
ul. Kubickiego 9/3
PL-02-954 Warszawa
Tel. +48 22 858 79 55
Fax: +48 22 858 79 53
malgorzata.szulc@health-and-beauty.pl
www.health-and-beauty.com.pl

Ungarn
Health and Beauty Business
Media Hungary Kft.
Hattyú utca. 14.8 et
H-1016 Budapest
Tel. +36 1 45 70 067
Fax: +36 1 20 13 248
www.health-and-beauty.hu

Slowenien
Apertus d.o.o.
Kamniska ulica 12
SLO-2000 Maribor, Slowenien
Tel. +38 65 1335319, d.kukovec@apertus.si
Nachdruck (auch auszugsweise)
verboten. Vervielfältigungen jeder Art
bedürfen der schriftlichen Genehmigung des
Verlages. Fremdbeiträge, die mit
Namen des Verfassers gezeichnet sind, geben
nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wie-
der. Für unverlangt eingesandte Manuskripte
wird keine Haftung übernommen. Die Redaktion
behält es sich vor, Leserbriefe oder andere Bei-
träge evtl. gekürzt zu veröffentlichen oder zu zi-
tieren und die Bebilderung der Fachartikel selbst
vorzunehmen.

Druck:
L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG DruckMedien
Marktweg 42-50, D-47608 Geldern

Werbepartner in dieser Ausgabe

Beauty Fox / Hala Schekar	59	Schweizerischer Fachverband für Kosmetik	7
EnzymPro AG	18, 59	SHR Germany GmbH . . .	U2, U3
Hairbreak GmbH	6	Simon Keller AG	5
Health and Beauty Marketing Swiss GmbH	11, 23, 35, 59	SkinIdent Swiss AG . . .	Einhefter
Lydia Dainow Suisse Cosmetic GmbH	15	skinmedic GmbH	59
		swisestetetic AG	U4
		Trybol AG	6

VORSCHAU

12/2021



DOSSIER: WONDERFUL SKIN IN WINTER

Die Winterzeit mit niedrigeren Temperaturen und trockener Heizungsluft steht bevor. In der nächsten BEAUTY FORUM ED. SWISS lesen Sie, wie Sie dafür sorgen, dass sich die Haut Ihrer Kundin auch in dieser Zeit pudelwohl fühlt. Wir erläutern Ihnen, welche Wirkstoffe die Haut im Winter braucht, klären Sie über die grössten Hautpflegefehler auf und zeigen Ihnen, wie Sie Ihrer Kundin mit besonderem Service die kalte Jahreszeit versüssen.



Wellness: Was geht ab?
Die neuesten Trends für Spas und Co.



BEAUTY FORUM 12/2021 erscheint am

10. DEZEMBER 2021

Die BEAUTY FORUM EDITION SWISS-Themenhighlights
der Ausgabe 1/2021:

- Dossier: Frühjahrsputz – Gesund und gepflegt ins neue Jahr
- Qualitätsstandards bei Kosmetika: von Herstellung bis Anwendung
- Minimalismus: der Megatrend in der Kosmetik und im Institut

Abo-Hotline: Tel. 041 417 07 70

Der Wunsch nach *Wohlbefinden*

» TEIL 3: WENN SCHÖNHEIT NICHT ALLES IST... ODER VIELLEICHT DOCH? «

Wenn Sie diesen Gedanken aussprechen, wohl wissend, dass Sie zu denen sprechen, die täglich mit Schönheit zu tun haben, zu denen, die einen Schönheitssalon besitzen, leiten oder dort arbeiten, mag das wie eine absurde Provokation erscheinen. Aber lassen Sie uns einen Schritt zurückgehen. Wie oft haben wir Sätze gehört wie: „Du bist so schön, du siehst gut aus“ oder im Gegenteil: „Ich sehe mich selbst

Aber was hat das alles mit uns und mit Schönheitssalons zu tun? Sehr viel sogar! Offensichtlich hängt es aber davon ab, wie jeder sein Geschäft zu organisiert. Versuchen wir einmal darüber nachzudenken, wie wichtig es für eine Frau sein kann, sich Zeit für sich selbst zu nehmen, sich Zeit zu nehmen, um sich zu pflegen, sich zu verwöhnen.

Auch wenn Schönheitssalons natürlich keine psychologischen Labore sind, ist es wichtig, den Kunden ein Erlebnis zu bieten, sie entspannende Düfte einatmen zu lassen, ihnen das Gefühl zu geben, schön zu sein, sie in eine Umgebung eintauchen zu lassen, die nicht nur ein Ort ist, an dem man „Dinge tut“. Dieser Raum wird fundamental. Natürlich sind wir in dieser Zeit mit Einschränkungen hygienisch-sanitärer Art konfrontiert, die von Vorschriften gefordert und auch von Kunden verlangt werden. Hinzu kommt nach neuesten Marktforschungsergebnissen eine gewissenhaftere und bewusstere Haltung der Verbraucher: sie sind aufmerksamer gegenüber den verwendeten Produkten und derer ökologischen Nachhaltigkeit.

Trotzdem bleibt es dabei: Die einfühlsame Einstellung zu und das individuelle Umsorgen der Kunden machen den Unterschied aus. Denn die Menschen werden vergessen, was Sie sagen oder tun, aber sie werden nicht vergessen, wie Sie sich bei Ihnen gefühlt haben. □

Die Menschen werden vergessen, was Sie sagen oder tun, aber sie werden nicht vergessen, wie sie sich bei Ihnen gefühlt haben.

als schön an und deshalb fühle ich mich gut“. In dem einen Fall wird Schönheit zur Konsequenz, im anderen zum Grund für das Wohlbefinden.

Nun ist sind wir weit davon entfernt, der Schönheit medizinische Kräfte zuschreiben zu wollen, aber es ist klar, dass wir uns auf das psychophysische Wohlbefinden beziehen. Und genau dieses Wohlbefinden brauchen die Menschen am meisten nach einem Jahr, das sie in einer Art sozialer Segregation verbracht haben, von der nicht klar ist, ob ihr Nutzen grösser ist als der verursachte Schaden. In den Vereinigten Staaten zum Beispiel geben 41 Prozent der Bevölkerung an, mit Angstzuständen und Depressionen zu kämpfen. Dieser Prozentsatz erhöht sich auf 75 Prozent, wenn wir uns auf die 18- bis 24-Jährigen beziehen, und es wurde festgestellt, dass Frauen 1,5-mal häufiger unter diesen Formen von Stress leiden.



ROBERTO VALENTE
Geschäftsführer Health and Beauty
Germany & Marketing Swiss GmbH

Wo der **Erfolg** beginnt...



**„Meine *Kunden*,
mein *Erfolg*,
meine *Wahl* –
ich gehe zum deutschen
Marktführer
im Bereich der
apparativen
Kosmetik“**

Wirkungsvolle Geschenke

Profitieren Sie vom
unschlagbaren Weih-
nachtsangebot unserer
4 Anti-Aging Linien.



Beim Kauf der Intensive Cream und des
ha densimatrix Serums erhalten Sie das
contour Produkt im Set gratis dazu.