

BEAUTY FORUM



KRISEN MEISTERN

Richtig kommunizieren,
wenn es brennt
ab Seite 48

KRACHER KOMBIS

Apparative Verfahren,
die zusammenpassen
ab Seite 24

Dossier:

Innere Werte

Ausstattung und Tools für Ihr Institut
ab Seite 32

EXPERT
Line

EFFECT
Line

ZERO
Line



Wir machen Ihr Institut zum regionalen Bestseller

Den Weg zum Erfolg ebnen wir Ihnen als inhabergeführtes Familienunternehmen unter der Leitung von Britta und János Stegena mit einem Team an Experten.

Wir verfügen über 30 Jahre Branchenerfahrung und drei modernste med. BioTech-Hautpflegelinien zu sicht- und spürbar schönerem Hautbild mit 100% Herstellergarantie. Mit Ihnen zusammen, fairen Konditionen und ehrlichem Interesse an Ihrem Erfolg machen wir Ihr Kosmetikfachinstitut zum regionalen Bestseller!

Herzlich Willkommen

Hier Handy-Scan
für Sofortinfos!

Erfahren Sie mehr unter
www.belico.ch oder hier:



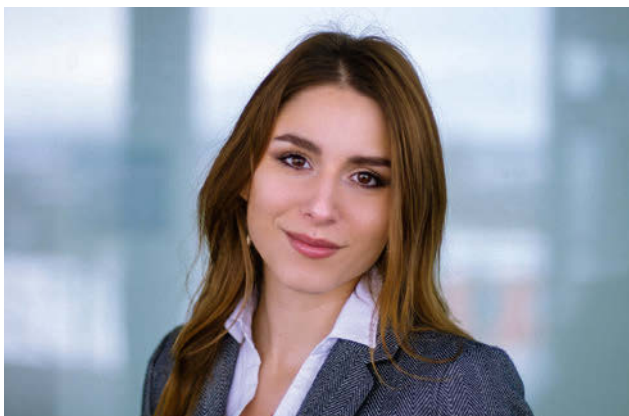
BTB BioTech Beauty AG Swiss
Haldenstrasse 4 | 6006 Luzern
Freefon 0800 5005-15

Belico Derma Concept e.K.
Stargarder Str. 11 | 33098 Paderborn
Freefon 0800 5005-315

BTB BioTech Beauty AG Austria
Sieveringer Str. 36/6 | 1190 Wien
Fon 01 890-3997

Belico
DERMA CONCEPT

Britta & János Stegena



Ziele setzen macht erfolgreich

Ich verrate Ihnen heute eine Eigenheit von mir: Ich liebe To-do-Listen – selbst für die banalsten Dinge!

Alltägliche Aufgaben machen einfach mehr Spass, wenn man daraus ein kleines Erfolgserlebnis macht: Zack, abgehakt, und wieder etwas geschafft (und sei es nur der Wocheneinkauf). Natürlich ist es bei kleineren Aufgaben oder kurzfristigen Zielen noch einfach, sich zu motivieren – schliesslich hat man das Ziel direkt vor Augen. Bei längerfristigen Aufgaben wird es dann schon schwerer, denn rücken das Ziel und damit unsere Belohnung weit in die Zukunft, hat der innere Schweinehund leichtes Spiel mit uns.

Hilfreich kann es sein, Aufgaben in kleinere Bausteine zu teilen, die sich schon jetzt umsetzen lassen und uns dem Ziel ein Stück näherbringen. Ein Beispiel hierfür könnte sein, dass Sie sich auf mögliche Krisensituationen in Ihrem Institut vorbereiten möchten. Bloss wie? Indem Sie einen Kommunikationsplan für den Ernstfall aufstellen. Wenn es je zu einer schwierigen Situation kommen sollte, werden Sie Ihrem früheren Ich für die Voraussicht danken! In unserem Gastartikel „**Souverän durch die Krise**“ ab Seite 48 verrät Ihnen unsere Kommunikationsexpertin Sereina Schmidt, wie das geht.

Und auch Ihren Kundinnen sollten Sie nahelegen, warum manche Ziele nur durch längerfristige Behandlungen erreicht werden können. Unser Artikel „**Mit Weitblick**“ widmet sich daher ab Seite 12 kosmetischen Langzeiteffekten. Wenn eine Renovierung oder Neueröffnung Ihres Instituts zu Ihren längerfristigen Zielen gehört, dann finden Sie in unserem **Dossier „Innere Werte“** ab Seite 32 spannende Artikel zum Thema Raumkonzepte, Einrichtung und Tools.

Ich wünsche Ihnen viel Spass und Inspiration mit der neuen Ausgabe,

Jacqueline Kramer

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

LESEN SIE AUCH



BEAUTY FORUM BUSINESS 1/2022

Starten Sie durch!
Den eigenen Online-Shop auf den Weg bringen

Der Nächste, bitte:
Tipps für den Verkauf
Ihres Instituts

Selbst ist die Frau:
Fuss fassen in der
Beauty-Branche

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



MEIN LESE-TIPP:

Fühlen Sie sich unwohl dabei, Ihren Kundinnen Zusatzprodukte oder -leistungen zu verkaufen? Dann werfen Sie doch einen Blick auf unseren Artikel „**Serviceorientiert verkaufen**“ ab Seite 52 von Gastautorin Rabea Kühn. Auf unserer Website können Sie sich sogar ein kostenloses E-Book unserer Autorin zum Thema herunterladen.

MIT WEITBLICK

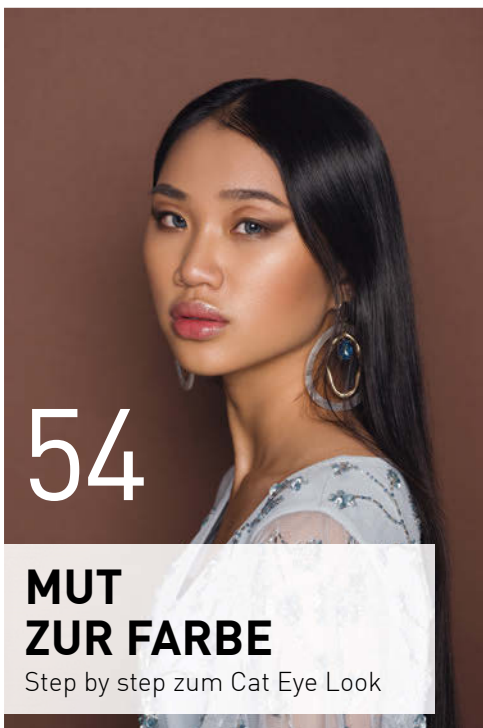
Langzeiteffekte erzielen



Inhalt

FEBRUAR 2022

COMMUNITY6 **News People**7 **News SFK**
Augen auf und durch!8 **Ja, like mich doch!**9 **(Sk)Influencer**
Tutorials und Fachvorträge10 **Einhändige Gelnägel**
Serie: Geschichten aus dem
Nagelstudio**BEAUTY & CARE**▶ 12 **Mit Weitblick**
Langzeiteffekte erzielen17 **Schönheit entfalten** – Anti-Aging20 **News Sinnliche Pflege**21 **Was würden Sie tun?**
Serie: Alltagsprobleme
im Institut22 **Was Elektrolyte alles können**
Mit Mineralien behandeln24 **Kombis für Kenner**
6 effektive Behandlungsduos
für die Kabine26 **Wie Wunden zu Narben
werden** – Entstehung, Typolo-
gie, Behandlung29 **News** – Medical Beauty30 **Digital Natives erreichen**
Serie: Die Generationen als
Kunden im Institut, Teil 7**▶ DOSSIER**32 **Innere Werte**
Intro34 **Richtig eingerichtet!**
Tools fürs Institut38 **In Szene gesetzt**
Raumkonzepte41 **Harmonisch**
5 Einrichtungs-Tools fürs
Nagelstudio



54

MUT ZUR FARBE

Step by step zum Cat Eye Look



32

INNERE WERTE

Ausstattung im Institut – von Interieur bis Tools

- 66 **Kolumne**
Scheitern, aber richtig!

TREND

- 42 **Sinnliches Erlebnis**
Farben und Düfte im Institut,
Teil 2

LIFE & WORK

- ▶ 44 **Institut des Monats**
Miracle Beauty, Zürich

- ▶ 48 **Souverän durch die Krise**
Richtig kommunizieren in
schwierigen Situationen

- 51 **Grüne Zukunft**
Interview mit Isabel Bonacker

- 52 **Serviceorientiert verkaufen**
So gelingt der Zusatzverkauf

STYLE & FASHION

- ▶ 54 **Mut zur Farbe**
Step by step zum Cover-Look

MESSE

- 57 **4 BEAUTY BUSINESS DAYS
SWITZERLAND**
Roadshow durch die Schweiz

IN JEDER AUSGABE

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



Lesen Sie ab Seite 48, warum Sie sich einen Krisenkommunikationsplan zurechtlegen sollten.



Titelbild:

Make-up-Artistin: Iryna Müller
Hairstylin: Maria Volkova
Fotografin: Theresa Senti
Model: Maiyen Tran

Digital schmökern

BEAUTY FORUM ED. SWISS ist auch als
E-Paper erhältlich unter:
www.beauty-forum.ch/magazin-e-paper



Die aktuelle „Best of Beauty“-Gewinnerin: Diana Reisinger.

GLÜCKWUNSCH!

Belico | Herzlichen Glückwunsch an Diana Reisinger. Sie ist die neue „Best of Beauty“-Gewinnerin des Wettbewerbs von Belico. Sie hat es geschafft, ihren Umsatz um mehr als 18'000 Euro in zwölf Monaten zu steigern. Diese Umsatzsteigerung gelang ihr allein durch den Zusatzverkauf von Produkten. Für ihre Leistung erhält Diana Reisinger einen Preis von 4'500 Euro zur Verschönerung ihres Instituts.

Mehr Informationen zum Erfolgswettbewerb sowie zu Produkten und Konzepten finden Sie auf der Website:

www.belico.de



VIVANESS VERSCHOBEN

Vivaness | Auch das internationale Messeduo Biofach und Vivaness wurde auf ein neues Datum verschoben. Die Bio- und Naturkosmetik-Community kann sich nun vom 26. bis 29. Juli 2022 über Neuheiten aus dem Sektor informieren. Der Wunsch, die Messe zu verschieben, wurde von bereits angemeldeten Ausstellern vielfach geäußert, weshalb die Entscheidung zur Verschiebung nun getroffen wurde. Danila Brunner, Executive Director, Biofach und Vivaness, NürnbergMesse, kommentiert: „Wir kommen dem Wunsch einer grossen Zahl unserer Aussteller mit der Verschiebung der Weltleitmesse für Biolebensmittel und der Internationalen Fachmesse für Naturkosmetik in den Sommer nach und schaffen damit Planungssicherheit.“ Die beiden Live-Messen werden mit digitalen Ergänzungen stattfinden.

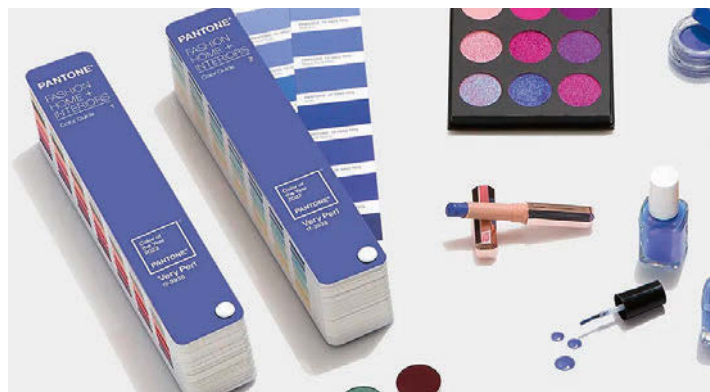
www.vivaness.de



COSMOPROF AN NEUEM DATUM

Cosmoprof | Die 53. Ausgabe der weltweit grössten Messe für den professionellen Kosmetiksektor, die Cosmoprof Worldwide Bologna, wurde auf Ende April verschoben. „Die Entscheidung, die Veranstaltung weiter auf den 28. April bis 2. Mai zu verschieben, ist, wenn auch schmerzlich, das Ergebnis eines verantwortungsvollen Dialogs mit unseren Akteuren, um die Anwesenheit der internationalen Aussteller zu erleichtern“, erklärt Gianpiero Calzolari, Präsident von BolognaFiere. Und auch Enrico Zannini, General Manager der BolognaFiere Cosmoprof, stimmt zu: „In unserem ständigen Dialog mit den Akteuren der Kosmetikindustrie zeigt sich ein starker Wunsch nach persönlichen Veranstaltungen. Durch die Verlegung der Messe 2022 können wir den Marktteilnehmern dabei helfen, ihren Besuch auf der Messe besser zu organisieren.“

www.cosmoprof.com



FARBE DER HOFFNUNG

Pantone | Die Pantone-Farbe des Jahres ist ein rötlich-violetter Blauton namens „Very Peri“. Das erste Mal in der Geschichte des „Pantone of the Year“-Programms kreierte das Farbinstitut eine neue Farbe. Der satte, dynamische Blauton soll den Zeitgeist ausdrücken, erklärt Laurie Pressman, Vice President des Pantone-Color-Instituts: „Die Pantone Color of the Year spiegelt wider, was sich weltweit in der Gesellschaft abspielt, und sie drückt die Hoffnung aus, dass Menschen in Farben Antworten finden.“

www.pantone.com



Augen auf *und durch!*



SFK – Wir blicken zurück auf zwei Jahre voller Herausforderungen, Veränderungen und Einschränkungen.

Ausgestanden ist die Pandemie aber noch nicht. Der SFK setzt sich weiterhin ununterbrochen ein, um Kosmetikerinnen auch in dieser schwierigen Zeit zu unterstützen. Eine gute Nachricht schon vorweg: Trotz aller Widrigkeiten konnten alle Lehrgänge mit eidgenössischem Abschluss im Jahr 2021 durchgeführt werden.

Viele Branchen und ihre Berufsverbände haben erneut ein schwieriges Jahr hinter sich. Die Pandemie hält alle weiterhin in Atem. Um für die Mitglieder und ihre Anliegen die nötigen Ressourcen, Abklärungen und Informationen zeitnah bereitstellen zu können, benötigt es viel Engagement, einen langen Atem und Durchhaltevermögen. Viele Unternehmen in verschiedenen Dienstleistungssektoren werden nun in der fünften Welle nochmals bis zum Äussersten gefordert sein, und es werden nicht alle dem Wellengang standhalten können.

Dank dem strengen Hygienekonzept des Schweizer Fachverbands für Kosmetik SFK, konnten die Kosmetikinstitute weitgehend über die nun mittlerweile zwei Pandemiejahre ihre Betriebe offen halten. Auch dank anderen Leistungsbringern wie der bran-

cheneigenen AHV-Kasse Coiffure & Esthétique oder den Mitarbeitern auf der Geschäftsstelle, die ihr Möglichstes getan haben, um ihre Mitglieder in diesen aussergewöhnlichen Zeiten zu unterstützen, wäre dies alles nicht möglich gewesen. Der SFK als Verbundpartner in der eidgenössischen Bildung ist dankbar, dass auch im Jahr 2021 alle Lehrgänge mit eidgenössischem Abschluss ohne grosse Hindernisse durchgeführt und zum Abschluss gebracht werden konnten. Der SFK wünscht seinen Mitgliedern und der Beauty-Branche alles Gute für das kommende Jahr. □



#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!



ONLINE MEHR ERFAHREN!

www.beauty-forum.ch

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 8. Februar

TREATMENTS FÜR UNREINE HAUT

Auf die Technik kommt es an: Bei unreiner Haut sollte die Kundin immer eine professionelle Behandlung bevorzugen. Kosmetikerin und Heilpraktikerin Susanne Pfau erklärt in diesem Tutorial mit Videobeispielen, welche Arten von Unreinheiten es gibt und welche Treatments am besten dafür geeignet sind.

Referentin:
Susanne Pfau

Weiteres Online-Seminar:

„Augen auf: Make-up für strahlende Augen“, Referentin: Jessica Luft, online ab 16. März

MEDICAL



Online ab 22. Februar

MEDICAL WELLNESS-KONZEPT FÜRS INSTITUT

Medical Wellness ist ein Trend, der sich nicht nur in renommierten Spa Hotels durchgesetzt hat. Die Kombination von medizinischen Anwendungen zusammen mit Wohlfühl-Treatments kann auch im Kosmetikinstitut angeboten werden. Dazu ist eine Kooperation mit Heilpraktikern oder Ärzten nötig. Mehr dazu im Tutorial.

Referentin:
Susanne Pfau

Weiteres Online-Seminar:

„Im Ausnahmezustand – Wenn Stress unter die Haut geht“, Referentin: Susanne Pfau, online ab 26. April.

BUSINESS



Online seit 5. Dezember

STRESSFREIE JAHRESPLANUNG

Gerade in der heutigen Zeit des schnelllebigen Wandels, sollten Sie Ihre Aktivitäten für das neue Jahr von vornherein sinnvoll und stressfrei planen. Wie Sie damit am besten starten, Ihre Ziele mit dem notwendigen Fokus erreichen, und dabei noch einen kühlen Kopf bewahren, erfahren Sie in diesem Tutorial.

Referentin:
Angela Thomas

Weiteres Online-Seminar:

In unserer nächsten Ausgabe können Sie sich auf zusätzliche, informative Tutorials freuen.

NAIL



Online seit 18. Januar

STEINKUNDE – STEINE IM MARMOR-LOOK

Egal, ob Sie in diesem Monat Lust auf den knalligen Amethyst oder den sanften Rosenquarz haben: Nagel-designerin Eva Maria-Konwert zeigt Ihnen in diesem Tutorial, wie es geht. Bei dieser Nailart sollten Sie sehr sauber und dünn arbeiten, damit die Nägel am Ende filigran und schlank aussehen.

Referentin:
Eva-Maria Konwert

Weiteres Online-Seminar:

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

Einhändige Gelnägel

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.



„In meinen 21 Jahren gab es bisher diese beiden Profi-Gitarrenspieler, bei denen ich nur eine Hand behandeln durfte.“

Steffi Brühlmann erzählt von einem Kunden, bei dem nur die Nägel einer Hand mit Gel überzogen werden durften.

Steffi Brühlmann verfügt über langjährige Erfahrungen in der Nail- und Kosmetikbranche. Seit 2000 ist sie Inhaberin des Instituts Beauty Connection in Winterthur. Die Naildesignerin und Kosmetologin mit eidgenössischem Fachausweis ist ausserdem Präsidentin des Berufsverbands Swissnaildesign.

www.beauty-connection.ch
www.swissnaildesign.ch

Vor zwanzig Jahren, noch zu meiner Anfangszeit, als Naildesign noch nicht so bekannt war, rief mich ein Herr an, der mich fragte, **ob ich ihm bei seiner einen Hand helfen könne, denn er sei Gitarrenspieler.**

Ich war zunächst stutzig, aber er erklärte mir, dass Gitarrenspieler Teebeutel in Stücke schnitten und diese auf ihre Nägel klebten, um die Nägel zu stärken, damit sie besser über die Saiten schrammen könnten. Mein Kunde spielte Flamenco-Gitarre. Dabei streifen die Finger sehr schnell mit dem Nagelrücken über die Saiten. Nach einer Session oder gar einem Auftritt wird das schnell schmerzhaft.

Ausserdem sei der Naturnagel zu weich dafür. Die Saiten sind scharf und raspeln den harten Teil des Nagels schnell herunter. Damals waren die Gelzusammensetzungen noch nicht so gut wie heute, aber wir haben es geschafft: **Ich habe ihm die Nägel der einen Hand mit Gel verstärkt. Wohlgedenkt, nur die eine!** Denn mit der anderen Hand musste er die Saiten zupfen und halten können – dafür mussten die Nägel kurz sein und durften ihn nicht stören.

Eine weitere Eigenheit des Kunden war, dass ich mit der Feile nicht in die Nähe seiner Nägel kommen durfte. Das heisst, ich trug das Gel auf und liess ihn aushärten, aber gab ihm da-

nach die Feile in die Hand, damit er sich die vier wichtigsten Nägel ganz exakt so feilen konnte, wie er es brauchte. Nach dem ersten Auftritt erzählte er mir, **dass die Töne nun klarer seien und es einen hörbaren Unterschied mache.**

In meinem Studio in Winterthur habe ich nun wieder eine Kundin, die Gitarre spielt. Auch hier muss ich mich immer zusammennehmen, damit ich nicht automatisch nach der zweiten Hand frage. In meinen 21 Jahren gab es bisher diese beiden Profi-Gitarrenspieler, bei denen ich nur eine Hand behandeln durfte. Andere Kunden von mir spielen zwar auch Gitarre, aber eben nicht so intensiv. □

Ihr Kosmetikstudio hat das Zeug zum Institut des Monats?

Dann bewerben Sie sich!



www.beauty-forum.ch/institut-des-monats/bewerben

**BEAUTY
FORUM**



..... BEAUTY & CARE

Mit ***Weitblick***

LANGZEITEFFEKTE ERZIELEN – Wenn es um den Erhalt oder die Wiederherstellung einer gesunden Haut geht, stehen Anwendungen und Inhaltsstoffe mit beständiger und nachhaltiger Wirksamkeit im Fokus. Welche das sind, weiss Hautexpertin Anna Tersteeg.



Bei der Heimpflege gibt idealerweise die Kosmetikerin den Fahrplan vor. Sie stimmt Behandlungen und Produkte für zu Hause aufeinander ab.

Der Trend scheint sich zu wenden: Beauty mit Soforteffekt bietet zwar schnelle und kurzzeitig befriedigende Resultate – aus hautphysiologischer Perspektive stellen sie allerdings keinen nachhaltigen Mehrwert für die Haut und letztendlich auch für die Kundin dar. Auf Dauer betrachtet, können sie sogar zu Unzufriedenheit und Frustration führen. Es gibt Inhaltsstoffe und Anwendungen mit beständiger Wirksamkeit. Doch nur bei einigen wenigen **dermokosmetischen Wirkstoffen und Anwendungen** sind Langzeiteffekte nachweisbar.

Haut im Erneuerungsmodus

Grundlagen für entstehende Langzeiteffekte gehen von der Physiologie der Haut aus: Die **Epidermis als Erneuerungsorgan durchläuft einen stetigen Zell-Turnover** und regeneriert sich bei junger, gesunder Haut alle 28 Tage. Durch die ständige Proliferation von basalen Keratinozyten und der Zell-Differenzierung entstehen, nach dem Weg durch die unterschiedlichen Epidermisschichten, die Zellen des Stratum corneums (Korneozyten). Dieser Prozess kann durch

verschiedene Ursachen und Einflussfaktoren gestört sein. Im Rahmen des Alterungsprozesses verlangsamt sich die epidermale Erneuerung, da sich die Basalzellen immer seltener teilen. Als eine Folge ergibt sich ein verändertes Verhältnis zwischen lebendigen Keratinozyten und verhornten Korneozyten.

Beratung auf Augenhöhe

Vielfach hängt die Entscheidung für oder gegen den Kauf eines kosmetischen Produktes vom spontanen Hautgefühl und dem Soforteffekt ab. Attribute wie ein angenehmer Geruch, eine seidige Textur und eine sofort glatter, praller aussehende Haut, scheinen auf den ersten Blick wesentlich für die Performance und den Erfolg eines Präparates. Auch die Erwartungshaltung seitens der Kundschaft ist entscheidend. Ausschlaggebend für das Erzielen von Langzeiteffekten sind dabei weniger die sensorischen Eigenschaften des Produktes, sondern vielmehr die **enthaltenen Wirkstoffe, die Art und Weise ihrer Verarbeitung, die Konzentration sowie die Galechnik der Gesamtformulierung**. Nicht alle Präparate stellen der Haut ihre

Inhaltsstoffe gleich effektiv zur Verfügung. Im Rahmen der Auswahl geeigneter Produkte und Treatments sollte daher eine entsprechende Beratung erfolgen, die eine realistische Erwartungshaltung unterstützt sowie Möglichkeiten und Grenzen der Behandlungen aufzeigt.

Erfolgsfaktor „Homecare“

Neben regelmässig stattfindenden Treatments in der Praxis oder im Institut bietet Heimpflege die wesentliche Basis für den Erfolg. Eine Pflegeroutine für zu Hause zahlt direkt auf die Langzeiteffekte ein und sollte in Abstimmung mit den professionellen Treatments erfolgen. Die Rolle der Kosmetikerin ist dabei eine wesentliche: **Sie gibt die „Fahrtrichtung“ vor und stimmt die professionellen Behandlungen mit den Pflegeprodukten für zu Hause ab**. Idealerweise bietet die Heimpflege eine Kombination aus Produkten, die die Haut auf das nächste professionelle Treatment vorbereiten, und Präparaten, die direkt nach der Behandlung, die Haut bei ihrer Regeneration unterstützen. Auch bei den Wirkansätzen und Ansprüchen innerhalb der täglichen Pflegeroutine sind Unterschiede zu erkennen:

Während der Fokus bei der morgendlichen Hautpflege vielleicht eher auf einer sofortigen Versorgung, dem Frischeffekt und natürlich der Prävention (UV-Schutz) liegt, stehen am Abend alle Zeichen auf Regeneration. Hier sollte man Wirkstoffe und Formulierungen wählen, die langfristig auf die Optimierung und die Erhaltung der Hautgesundheit einwirken. Auch **apparative Verfahren können als Light-Version** im Rahmen der Homecare genutzt werden, sollten aber nur in Absprache mit dem Behandler angewendet werden. Viele Hersteller bieten beispielsweise **kleinere Ultraschallgeräte oder auch Microneedling-Roller** an, die mit sehr kurzer Nadellänge sicher und einfach zu Hause in die Pflegeroutine integriert werden können. Eine kurze Ein-

weisung in die Nutzung ist dabei Voraussetzung für die Sicherheit. Von eigenständig und unkontrolliert erworbenen Geräten aus dem Internet ist abzuraten. Die Geräte sind meist weder geprüft noch halten sie den notwendigen Standard für eine sichere Anwendung.

Die Wirkstoffebene

Langzeiteffekte für die Haut gehen vor allem von Wirkstoffen aus, die einen positiven Effekt auf die Regeneration verschiedener Zellstrukturen haben. Konzentrationsabhängig können die Inhaltsstoffe für die Homecare und die professionelle Anwendung eingesetzt werden.

Glycolsäure als wahrscheinlich die bekannteste Vertreterin der Alpha-Hydroxysäuren bietet sowohl auf epidermaler als auch auf dermalen Ebene entscheidende Effekte: Glycolsäure kann zu einem **epidermalen und dermalen Remodeling der extrazellulären Matrix** führen. Mit Glycolsäure behandelte Haut zeigt eine erhöhte Hyaluron- und Kollagen-Genexpression. Gleichzeitig bewirkt sie als **Exfoliant** eine einheitlichere, epidermale Hautarchitektur und bindet aufgrund ihrer **hydrophilen Eigenschaft** Feuchtigkeit in der Haut.

Darüber hinaus gehört Retinol auch zu den bekanntesten dermokosmetischen Inhaltsstoffen. Der Wirkstoff zeigt deutliche Regenerationseffekte bei drei Zelltypen der Haut: den epidermalen Keratinozyten, dermalen Endothenzellen und Fibroblasten. Retinol stimuliert die Proliferation von Keratinozyten, dies führt zu einer Zunahme der epidermalen Dicke. Auf dermalen Ebene ist eine Aktivierung der Fibroblasten nachweisbar, darüber hinaus eine Hemmung kollagenabbauender Matrixmetalloproteinasen.

Ausserdem bewirken spezielle Signalpeptide als Wirkstoff eine Stimulation der Fibroblasten sowie Glykosaminoglykane und Fibronektin. Verschiedene Studien belegen eine **Aktivierung von Wachstumsfaktoren** (TGF- β). Dies fördert den



Bei der Auswahl geeigneter Produkte und Treatments sollte die Beratung eine realistische Erwartungshaltung unterstützt sowie Möglichkeiten und Grenzen der Behandlungen aufzeigen.

Foto: GingerKitten/Shutterstock.com



Schweizer Qualität, Tradition und Innovation

für eine strahlend schöne
und gesunde Haut

- Hochwertige Kosmetik-Produkte
- Umfassendes Sortiment an Naturkosmetik
- 85 Jahre Tradition und Erfahrung
- Eigene Produktion in der Schweiz



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



Reine Wirkstoffkosmetik wird durch apparative Verfahren optimal ergänzt. So zeigen histologische Auswertungen, dass Microdermabrasion langfristig die epidermalen Strukturen verbessert.

Kollagenaufbau und hemmt den Abbau der Fasern.

Profianwendungen

Apparative Verfahren bringen zusätzlich zur reinen Wirkstoffkosmetik einen grossen Effektivitätsvorteil. Kombiniert mit den passenden kosmetischen Präparaten, kann der Synergieeffekt genutzt und nachhaltige Behandlungsergebnisse erzielt werden. Beim Microneedling erzielt man, abhängig von der eingesetzten Nadelgröße, unterschiedliche Wirkungen. Das kosmetische Needling, mit einer Nadellänge von bis zu 0,5 Millimeter, dient vorrangig als Mittel, um Inhaltsstoffe vereinfacht in die Haut einzuarbeiten. Durch die gezielte Verletzung der Haut wird ihre Aufnahmefähigkeit gefördert und der Transport der Stoffe erleichtert.

Die Behandlung mit längeren Nadeln bietet als sogenannte „Kollageninduktionstherapie“ nachhaltige Effekte: Die gezielte und kontrollierte Verletzung der Haut aktiviert Reparaturmechanismen. Es kommt zur Ausschüttung von Wachstumsfaktoren, und die Kollagensynthese wird gesteigert.

Diverse Studien belegen die Wirksamkeit von Microneedling bei verschiedenen Indikationen wie **Aknenarben, Hyperpigmentierungen, zur gezielten Behandlung von Fal-**

ten und Elastosen sowie bei sehr speziellen Anwendungsgebieten wie **Androgenetischer Alopezie**. Um nachhaltige Ergebnisse zu erzielen, sind in den meisten Fällen allerdings wiederholte Anwendungen notwendig. Nach einem primären Heilungsprozess sind die ersten Veränderungen nach zwei bis sechs Wochen sichtbar. Die Neogenese von Elastin und Kollagen findet nach circa sechs bis acht Wochen statt. Microneedling aktiviert die natürlichen Regenerationsprozesse der Haut. Deshalb ist davon auszugehen, dass ein endgültiges Ergebnis erst nach circa drei bis sechs Monaten zu erwarten ist.

Die Microdermabrasion ist eine nicht invasive Oberflächenbehandlung, die einen Unterdruck verwendet und Mikrokristalle auf die Haut treibt, wodurch ein mechanisches Peeling entsteht. Histologische Auswertungen zeigen langfristig eine **Verbesserung der epidermalen Strukturen** mit erhöhter Dicke und Wiederherstellung der Integrität der Barriere.

Besser präventiv handeln

Langzeiteffekte können auch aus der Perspektive der Prävention gesehen werden. Dabei nimmt der Schutz der Haut vor ultravioletter Strahlung eine wesentliche Stellung ein. Nach dem Motto „**UV-Schutz ist das bes-**

te Anti-Aging“ bietet die täglich angewendete Pflege mit Lichtschutzfaktor den wichtigsten Langzeiteffekt – die Vermeidung von lichtbedingten Hautschäden. Vor allem, wenn im Rahmen der professionellen Behandlungen apparative Verfahren wie Microneedling, Microdermabrasion oder auch Chemical Peelings zum Einsatz kommen, die die Integrität der Barriere und damit den physiologischen Schutz beeinträchtigen, ist ein hoher UV-Schutz notwendig. □

Quellen:

Bernstein, Eric F., et al. „Glycolic acid treatment increases type I collagen mRNA and hyaluronic acid content of human skin.“ *Dermatologic Surgery* 27.5 (2001): 429-433.
 Ganceviciene, Ruta, et al. „Skin anti-aging strategies.“ *Dermato-endocrinology* 4.3 (2012): 308-319.
 Fernandes, Mariane, et al. „Effects of microdermabrasion on skin rejuvenation.“ *Journal of Cosmetic and Laser Therapy* 16.1 (2014): 26-31.
 Iriarte, Christopher, et al. „Review of applications of microneedling in dermatology.“ *Clinical, cosmetic and investigational dermatology* 10 (2017): 289.
 McCrudden, Maeliosa TC, et al. „Microneedle applications in improving skin appearance.“ *Experimental dermatology* 24.8 (2015): 561-566.
 Shah, Muneeb, and Jonathan S. Crane. „Microdermabrasion.“ *StatPearls* [Internet] (2020).
 Sharad, Jaishree. „Glycolic acid peel therapy – a current review.“ *Clinical, cosmetic and investigational dermatology* 6 (2013): 281.



ANNA TERSTEEG

Die Autorin absolvierte ihr Studium der Kosmetologie an der Universität Osnabrück. Sie ist zudem staatlich geprüfte Kosmetikerin. Bei Medicos Kosmetik leitet die Hautexpertin die Bereiche Schulungen und Seminare für die Marke Aesthetico.


DECOABO

by Simon Keller

DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT!

UNSERE BEISPIELE



Nicht nur professionelle Arbeit und zuvorkommende Mitarbeiter machen den Erfolg eines Dienstleistungsbetriebs aus. Auch die richtige Atmosphäre spielt eine immer wichtigere Rolle wenn es darum geht, sich von der Konkurrenz abzuheben. Doch Einrichtung, Design und Dekoration – dafür hat noch lange nicht jede und jeder ein «Händchen».

Das DecoAbo der Simon Keller AG macht den manchmal steinigen Weg zur einzigartigen Wohlfühlloase zum unkomplizierten Kurztrip: Alles was Sie tun müssen, ist uns Ihre gewünschte Stilrichtung zu verraten. Das professionelle Deko-Team macht den Rest! Einem stimmigen Konzept folgend, erhalten Sie auf Leihbasis perfekt passende Möbel, Bilder und Accessoires, alles wird installiert, drapiert und arrangiert. Sie müssen sich um nichts kümmern.

Eine kleine Investition mit grosser Wirkung. Nicht nur das: Da sie sämtliche gelieferten Artikel und Gegenstände auch an Ihre Kundinnen und Kunden verkaufen können (selbstverständlich ersetzen wir diese, damit keine Lücke entsteht), ist das DecoAbo eine Investition, die Ihnen bares Geld einbringen kann!

FÜR NUR CHF 1825.00* PRO JAHR!
DER PREIS BEINHALTET DIE MIETE
SÄMTLICHER DEKORATIONS-
ARTIKEL FÜR EINE RAUMFLÄCHE
VON BIS ZU 30 M².

***EXKL. MWST UND LIEFERPAUSCHALE**



WWW.ABO-SERVICE.SIMONKELLER.CH/DECOABO

Schönheit ENTFALTEN

ANTI-AGING – Prävention in der Hautpflege ist ein entscheidender Faktor für alle, die länger jung aussehen möchten – das wissen auch die Kunden. Für die Kosmetikerin stellt sich also nicht die Frage, ob sie Anti-Aging-Angebote führt, sondern welche. Denn jede erfolgreiche Kosmetikerin möchte in erster Linie Kundenwünsche erfüllen.



Wir wollen länger fit und jung bleiben, laufen fleissig ins Fitnessstudio, achten auf unsere Ernährung und schlafen – wann immer möglich – acht Stunden. Verborgен in diesem Lifestyle steckt eine Erkenntnis, die sich auch in der Kosmetik wiederfindet: **Es geht weniger um das Bekämpfen von Alterserscheinungen als um das Hinauszögern des Alterungsprozesses.**

Klassische Anti-Falten-Cremes haben nach wie vor ihre Daseinsberechtigung. Sie werden allerdings ergänzt um Produkte, die eine präventive Wirkung haben. Denn die beste Falte ist die, die gar nicht erst entsteht. Moder-

ne Anti-Aging-Kosmetik kann beides: Alterserscheinungen bekämpfen und ihre Entstehung hinauszögern.

Die richtige Wahl

Anti-Aging-Pflege ist Hochleistungskosmetik mit effektiven Formeln, die nicht nur Falten bekämpft, sondern gleichzeitig gegen unterschiedliche Alterserscheinungen vorgeht. **Dazu gehören beispielsweise müder, fahler Teint, Altersflecken oder Unregelmässigkeiten im Hautbild.** Auch trockene Haut kann eine Alterserscheinung sein. Eine Anti-Aging-Pflege wirkt umfassend gegen viele Symp-

tome. Das unterscheidet sie von den Cosmeceuticals. Das sind sehr präzise Spezialprodukte für ein ausgewähltes Hautbedürfnis. Auch sie können Anti-Aging-Produkte sein. Sie sind allerdings für ein spezielles Symptom konzipiert.

Ob eine Anti-Aging-Linie oder ein Cosmeceutical zum Kunden passt, hängt entscheidend von ihm selbst ab: nämlich von seinen Wünschen. Um diese Wünsche zu erfahren, sind ein feines Gespür und eine gute Fragetechnik im Kundengespräch wichtig. Möchte die Kundin insgesamt frischer aussehen? Oder stört sie speziell ein unregelmässiger Teint, eine schlaffe Kinnpartie oder spezielle Fältchen?

Das kann Anti-Aging-Pflege

❶ **Die Basis – Lipide und Schutz:** Vor allem nach der Menopause wird die Haut trockener, sodass Trockenheitsfältchen entstehen. Auch der Hydrolipidmantel leidet darunter, und die Haut kann empfindlicher auf Umweltstress reagieren. Daher sind die Basis jeder Anti-Aging-Pflege wertvolle Lipide, die die Hautbarriere stabilisieren, und Antioxidantien, die vor oxidativem Stress schützen.

❷ **Wirkung gegen Falten:** Wenn eine Falte entsteht, kann das unterschiedliche Ursachen haben. Daher werden verschiedene Wirkstoffe zur Bekämpfung von Falten eingesetzt. Lupinienextrakte beispielsweise verbessern die Hautelastizität und wirken gegen Gravitationsfalten, wie zum Beispiel die Nasolabialfalte. Die Aminosäure L-Carnosine vermindert durch Glykation (Verzuckerung) entstehende Falten, während Stevioloside aus dem Steviablatt einen Effekt ähnlich wie Botox haben: Sie vermindern Mimikfalten, indem sie Muskelkontraktionen reduzieren.

Natürliche Peptide aus Zedernnuss und Ginseng unterstützen die Bildung von Proteinen der extrazellulären Matrix und optimieren damit das Stützgerüst der Haut. Natürliche Glucoside, gewonnen aus der Wiederauferstehungspflanze, verlangsamen die Entstehung neuer Falten, indem diese den Faltenentstehungsprozess direkt an seinem Ursprung bekämpfen. In der Wiederauferstehungspflanze fördert das natürliche Glucosid die Wasserbindungskapazitäten und steigert so die Zellfunktionen für ein schnelles Wiedererblühen. Der Wirkstoff erhöht die Feuchtigkeitsbindefähigkeit der Haut und unterstützt allumfassend die natürliche Hautregeneration. Zusätzlich hilft es, den Hautfarbton auszugleichen und Hyperpigmentierungen abzuschwächen.

❸ **Prävention:** Der Wirkstoff Telovitin bekämpft die Hautalterung an

ihrem Ursprung: der Zellaktivität. Telovitin schützt die Enden der Chromosome, die Telomere, und verlängert damit den Lebenszyklus der Hautzellen. Somit zögert er die Faltenbildung heraus. Mikroalgen können das Energielevel der Zellen erhöhen und sie so fit halten.

❹ **Glow:** Ein Anzeichen der Hautalterung wurde lange vernachlässigt: fahler Teint. Heute entwickelt die Forschung „Strahlkraft-Wirkstoffe“, zum Beispiel den Alba Rosa Stammzellextrakt. Sommersprossen sind vielleicht noch niedrig,

„Moderne Anti-Aging-Kosmetik kann beides: Alterserscheinungen bekämpfen und ihre Entstehung hinauszögern.“

Pigmentflecken jedoch nicht. An Pigmentflecken können nicht vollständig abgebaute Proteine im Gewebe schuld sein. Der Stammzellextrakt aus der Alba Rosa hemmt die Melanin- und Tyrosinaseproduktion, fördert die Stoffwechsellätigkeit in den Hautzellen und optimiert damit das Ausscheiden von Abfallstoffen. So sorgt er für einen ebenmässigen Teint. Die Haut erhält ihre Leuchtkraft zurück. Man spricht hier auch von Glow.

Gut eingearbeitet

Anti-Aging-Behandlungen sind die meistgebuchten Facials in einem Kosmetikinstitut. Die Haut sollte danach vital, rosig frisch und jugendlich glatt und gestrafft aussehen. Und: Dieser Effekt sollte auch möglichst langfristig erhalten bleiben. **Gerade im Bereich Anti-Aging sind wirkintensive Behandlungen gefragt.** Die intensive Tiefenreinigung ist die Grundvoraussetzung für ein überzeugendes

Ergebnis. **Im Anschluss setzen Anti-Aging-Treatments auf folgende Verjüngungsfaktoren:**

- Förderung sämtlicher Stoffwechselvorgänge und damit auch eine verbesserte Wirkstoffaufnahme,
- Entstauung des Gewebes,
- Kollagen- und Elastinaufbau sowie Schutz des kollagenen Netzwerkes,
- Verbesserung der Hautfeuchtigkeit,
- Lösung von Mikroverspannungen in der Gesichtsmuskulatur.

Erreicht werden diese verjüngenden Faktoren einerseits durch ein exklusives Wirkstoff-Potpourri, andererseits durch professionelle Massagen.

Gerade im Bereich Anti-Aging sind zudem **apparative Techniken** nicht mehr wegzudenken. Ultraschall und Mikrodermabrasion lassen sich in nahezu jede Behandlung integrieren und verstärken ihren Effekt.

Eine Sonderstellung hat das **Microneedling**. Diese intensive Aktivierung der Haut ist in eine Spezialbehandlung eingebettet und erfordert besondere Wirkstoffe, die während des Needlings in die Haut eingearbeitet werden: Hyaluronsäure polstert von innen auf. Der Haupteffekt des Needlings entsteht durch die mechanische Stimulation des Gewebes und die damit ausgelösten Regenerationsprozesse.

Für die sensiblen Hautpartien der Augen, Lippen und Stirn ist **Radiofrequenz** hervorragend geeignet. Mit einer Frequenz von 4 Megahertz und effektiver Wärmewirkung reduziert die apparative Behandlung Fältchen. Auch dunkle Augenschatten und Schwellungen werden sichtbar gemindert. Die Haut wirkt insgesamt glatter, entspannter und erfrischt. □



ELENA HELFENBEIN

Die Autorin leitet das Center für Studien und Anwendung beim Kosmetikunternehmen Babor.

SINNliche PFLEGE

Von Kopf bis Fuss

FÜR DIE SINNE

Skeyndor | „Spa Senses“ heisst die neue Wellnesslinie von Skeyndor. Sie umfasst Peelings, Körperpackungen und Massageprodukte. Alle Produkte sind darauf ausgelegt, mit angenehmen Texturen und von der Aromatherapie inspirierten Düften Haut und Sinne zu pflegen. Vier Peelings von sanft bis extra stark reinigen den Körper. Vier Körperpackungen gehen auf die individuellen Hautbedürfnisse ein, während die fünf Massagecremes und -öle den Abschluss der Behandlung bilden.

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



FRISCH & FRUCHTIG

CNC cosmetic® | Das „Hydrophilic Body Oil“ von CNC verspricht mit einer Kombination verschiedener Öle ein sanftes, geschmeidiges und straffes Hautgefühl. Es spendet Feuchtigkeit und soll das Hautrelief glätten. Es zieht schnell ein, ohne einen Fettfilm zu hinterlassen. Nach dem Dusch- oder Baden sorgt das Körperöl für unkomplizierte Pflege mit frisch-fruchtigem Duft.

Tel. +49 (0) 7256 93 20-0,
www.cnc-cosmetic.de



LEUCHTKRAFT

Germaine de Capuccini | Die Pflegeserie „Timexpert Radiance C+“ von Germaine de Capuccini kombiniert Vitamin C mit einem patentierten „HLG-Nanopolymer“. Dies soll die Wirksamkeit des Vitamins um ein Vielfaches steigern. Die feuchtigkeitsspendende Formel, bestehend aus Hyaluronsäure, Lysin und Glutaminsäure, nährt die Hautzellen und verspricht eine anhaltende Freisetzung der Wirkstoffe, wodurch eine umfassende Anti-Aging-Wirkung erzielt werden soll.

Tel. 0 44 886 25 01,
www.kramer-cosmetics.ch



DUFTENDE PFLEGE

Yon-Ka | Das „Elixir Vital“ von Yon-Ka überführt die Pflegeprodukte der Serie „Mésonium“, die 1965 erstmals lanciert wurde, nun in ein einziges Produkt. Die neue Formel des Serums soll die Hautbarriere aufbauen und schützen. Phyto-aromatische Inhaltsstoffe aus verschiedenen Pflanzenölen, Vitamin B5, Niacinamid sowie Vitamin E versprechen eine regenerierende Wirkung.

Tel. 01 41 19 56 56,
www.yonka.ch



MASKIERT

Trawenmoor | Zwei neue Masken von Trawenmoor haben die Aufgabe, den Teint zu verbessern und ein angenehmes Hautgefühl zu verleihen: Die „Purification Mask“ hat eine exfolierende Wirkung und entfernt Hornschüppchen, für ein geklärtes, feineres Hautbild. Beruhigend und feuchtigkeitsspendend wirkt wiederum die „Soothing Mask“. Beide Produkte sollen mithilfe des „Humic Power & Slow“-Wirkmechanismus vor atmosphärischer und chronologischer Hautalterung schützen.

Tel. +49 (0) 86 62 49 84-0,
www.trawenmoor.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 16 «

„Meine Auszubildende ist ständig am Handy. Da sie auch oft im Verkaufsraum ist, möchte ich nicht, dass meine Kunden das sehen. Wie soll ich reagieren? Ich kann doch kein Handyverbot aussprechen?!“

Miriam L., Kosmetikerin aus Arbon



Mit Rat und Tat zur Seite steht in diesem Monat
Alexandra Wolf Haug.

Sie ist Geschäftsführerin und Inhaberin der international anerkannten Kosmetikfachschule ARCOS.

Ausserdem ist sie internationale CIDESCO-Expertin sowie Expertin für Fachprüfungen und bildet seit 1997 Absolventinnen aus.

www.arcosakademie.ch

Das Handy ist aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Egal wo, das Smartphone ist immer dabei. Aber: Arbeiten hat seine Zeit, und das Private hat seine Zeit.

Ist das Handy am Arbeitsplatz grundsätzlich verboten?

Nein. Die Entscheidung, ob es ein Handyverbot am Arbeitsplatz geben soll, liegt beim Arbeitgeber. Da der Arbeitgeber während der Arbeitszeit weisungsbefugt ist, legt er nicht nur fest, was gearbeitet wird, sondern auch, wie. Festlegungen über die Art und Weise können beinhalten, dass das Telefon zum Arbeitsbeginn im Spind verbleiben muss und in den Betriebsräumen nicht benutzt werden darf.

Am Arbeitsplatz direkt kann das Verbot umfassend wirken. Berufsbildnerinnen kön-

nen Lernenden die Benutzung von mobilen Telefonen am Arbeitsplatz während der Arbeitszeit verbieten. Vorübergehend können die Geräte eingezogen werden. Sie dürfen allerdings nicht nach Inhalten untersucht werden.

In den Pausen und ausserhalb der Betriebsräume kann das Handy jedoch nicht verboten werden.

Welche Alternativen gibt es?

Berufsbildnerinnen können spezielle Umgangsregeln mit Handys am Arbeitsplatz in einer Betriebsvereinbarung festhalten. Um Verstösse abmahnen zu können, ist es unerlässlich, die Auszubildende über die neuen Vorschriften zum Handy am Arbeitsplatz zu informieren.

Was ist bei einem Notfall, und ich kann nicht ans Handy?

Das Argument „Notfall“ greift nicht. In einem echten Notfall kann der Lehrbetrieb telefonisch erreicht werden. Zudem gewährleistet der Besitz eines Handys noch keine dauerhafte Erreichbarkeit. Ein entsprechendes Verbot des Arbeitgebers für die Handynutzung wäre daher rechtens. Ein Verstoß könnte grundsätzlich eine Verwarnung, Kündigung oder gar eine Schadenersatzforderung zur Folge haben. □



Wünschen Sie sich auch einen Rat?

Mailen Sie mir Ihre Frage:

jaqueline.kramer@health-and-beauty.com.

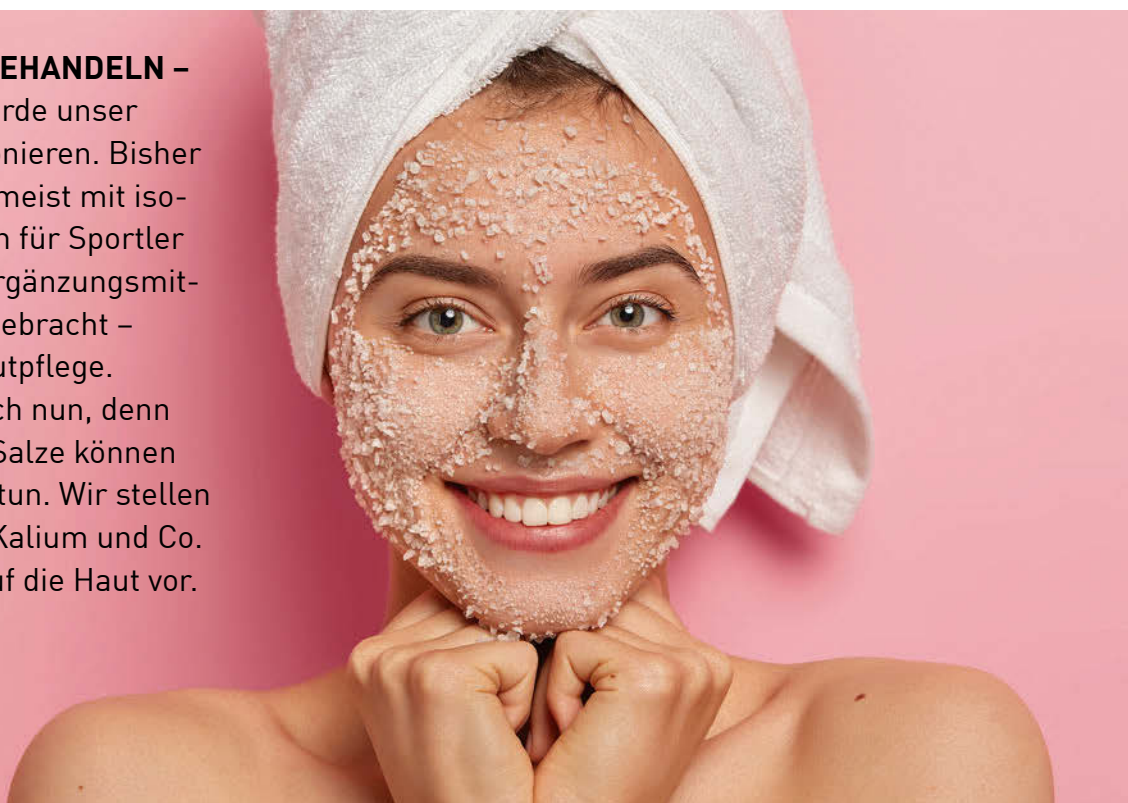
Ich leite Ihr Anliegen weiter!

Was *Elektrolyte* alles können

MIT MINERALIEN BEHANDELN –

Ohne Elektrolyte würde unser Körper nicht funktionieren. Bisher wurden Elektrolyte meist mit isotonischen Getränken für Sportler und mit Nahrungsergänzungsmitteln in Verbindung gebracht – weniger mit der Hautpflege.

Doch das ändert sich nun, denn die Mineralien und Salze können der Haut viel Gutes tun. Wir stellen Ihnen Magnesium, Kalium und Co. und ihre Wirkung auf die Haut vor.



Elektrolyte waren bisher vor allem Sportlern ein Begriff, denn sie nutzen diese in Form von Drinks für den Muskelaufbau und die körperliche Fitness. Elektrolyte sind winzige elektrisch geladene Teilchen (Ionen), die massgeblich an der Flüssigkeitsverteilung im Körper beteiligt sind und auch den Wasserhaushalt beeinflussen können.

Besonders wichtige Elektrolyte sind Natrium, Kalium, Calcium und Magnesium. Diese Mineralstoffe kennen wir von Nahrungsergänzungsmitteln oder Elektrolytlösungen, die oftmals bei Dehydrierung durch massive Magen-Darm-Erkrankungen oder bei Kreislaufbeschwerden ein-

gesetzt werden. Ihre positive Wirkung auf den Körper macht sich die Beauty-Industrie nun auch für die Schönheitspflege der Haut zunutze. Bislang wurden medizinische Cremes mit Mineralien erfolgreich bei Hautproblemen wie Neurodermitis und Schuppenflechte eingesetzt. Jetzt sollen auch die konventionellen Produkte zur Hautpflege mit dem Mehrwert von Magnesium und Co. punkten.

Die elektrolythaltigen Pflegeprodukte bieten im Wesentlichen vier Benefits: Sie versorgen die Haut mit Feuchtigkeit und machen schuppige Stellen geschmeidig. Zusätzlich haben sie einen antibakteriellen und entzündungshemmenden Effekt, was

sie interessant für die Anti-Pollution-Pflege macht, bei der die Haut vor Schmutzpartikeln aus der Luft geschützt werden soll, die sich tief in die Poren setzen und so Unreinheiten und Hautalterung begünstigen. Weiterhin wird den Mineralstoffen von Experten nachgesagt, dass sie die Hautbarriere stärken und die Produktion neuer gesunder Hautzellen ankurbeln können. Dieser Wirkungs-Cocktail macht die Elektrolyte zum Multitalent für jeden Hauttyp und zur begehrten Zutat in Reinigungsprodukten, Toner, Gesichtsspray, Serum, Essenz, Creme und Maske.

Da jeder Mineralstoff andere Talente und Schwerpunkte setzt, sollten Sie wissen,

Foto: Wayhome Studio/Shutterstock.com

was die Stärken des einzelnen Minerals sind und für welchen Hauttyp es sich am besten eignet.

Magnesium

Magnesium findet sich in Beautyprodukten meist in Form von Magnesium Aspartate oder Magnesium PCA. **Es kann bei allergischen Reaktionen und Irritationen Linderung schaffen, bei Unreinheiten helfen und rote Flecken abklingen lassen.** Zusätzlich hydriert es die Haut, aktiviert den Energiestoffwechsel und kann die Wirkung von Vitaminen unterstützen. Dabei ist es besonders sanft zur Haut und auch für sensible Hauttypen eine gute Wahl.

Zinkgluconat

Während Magnesium für trockene Haut eine Wohltat ist, gilt das Zinksalz der Gluconsäure als ein Aktivstoff, der die Produktion von Hauttalg reguliert und dabei sowohl entzündungshemmend als auch antibakteriell ist. **Darum wird er gerne für Pflegeprodukte für eine fettige, ölige und unreine Haut verwendet.** Aber auch trockene Hautstellen, Rötungen und Abschuppungen profitieren von Zinkgluconat.

Kalium

Statt einer fettigen Haut kommt Kalium einer reifen Haut zugute. Warum? **Es kann den Feuchtigkeitsgehalt der Haut ausgleichen und die Zellerneuerung ankurbeln.** Beides ist für die Haut ab 40 besonders wichtig, da sich die Zellerneuerung mit dem Alter verlangsamt und die Haut durch die gedrosselte eigene Produktion von Feuchthaltefaktoren wie Hyaluronsäure und Kollagen schneller austrocknet und an Kontur verliert. Da Kalium auch eine straffende Wirkung attestiert wird, ist der Mineralstoff eine beliebte Zugabe in der Anti-Aging-Pflege.

Calcium

Ebenfalls prima für eine anspruchsvolle Haut ist Calcium. In unserem Körper ist Calcium das am häufigsten vorkommende Mineral. **In der Haut trägt es zur Regulierung und Zellerneuerung bei.**

MINERALSTOFFLIEFERANTEN AUS DER NATUR

Die Mineralstoffe, die in der Hautpflege landen, werden im Labor aufbereitet. Für Naturkosmetik-Fans sind sie darum nicht immer die erste Wahl. Aber keine Sorge, wenn Ihre Kundin auf Pflegepower aus der Natur setzt, kann sie sich trotzdem auf die positiven Eigenschaften von Mineralstoffen freuen. Denn diese sind in bestimmten Pflanzenextrakten, Thermalwasser und dem Meersalz enthalten:

- Thermalwasser als Spray enthält verschiedene Mineralstoffe und beruhigt eine zum Beispiel durch Sonne gereizte Haut sofort.
- Meersalz ist reich an Elektrolyten – besonders Magnesium und Kalium. Es hat sich besonders als Helferlein für eine sensible Haut und eine unreine fettige Haut etabliert. Ein Gesichtsdampfbad mit Meersalz öffnet die Poren und hat dazu einen desinfizierenden Effekt.
- Aber auch Bananenblütenwasser (noch ein echter Geheimtipp) enthält viele Elektrolyte. Es wird durch Wasserdampfdestillation von Bananenblüten gewonnen. Zusätzlich zu den wichtigen Salzen hat es einen hohen
- Gehalt an Vitamin E, der vor Hautalterung schützt. Zusätzlich spendet Bananenblütenwasser reichlich Feuchtigkeit und wirkt lindernd bei entzündlichen Prozessen.
- Einen ähnlichen Effekt auf die Haut hat Kokosnusswasser. Der grosse Anteil an Natrium, Kalium, Calcium sowie Magnesium spendet der Haut viel Feuchtigkeit und Antioxidantien.
- Auch der Kaktusfeigenextrakt ist ein mineralstoffreicher Cocktail, der die Haut prima hydriert. Selbst in Aloe vera finden sich viele Mineralstoffe, von denen die Haut schnell profitiert.

Hat die Haut selbst zu wenig Calcium, kann sie austrocknen, wird fahl und gräulich, da sich die abgestorbenen Zellen wie ein Schleier auf die Haut legen.

Eine Creme mit Calcium schenkt gesunden Glow und Frische. Ergänzend begünstigt Calcium die Elastizität der Haut und gilt als Anti-Absackungs-Hilfe.

Natrium

Um den pH-Wert der Haut zu bewahren, hat sich der bekannte Mineralstoff Natrium (Sodium Lactate) bewährt. **Das Natriumlaktat ist das Natriumsalz der Milchsäure, das die Haut auch vor Feuchtigkeitsverlust schützt.** Weiterer Pluspunkt: Es hat einen hemmenden Effekt auf Mikroorganismen wie Bakterien und Pilze.

Kupfergluconat

Während Magnesium, Kalium, Zink, Calcium und Natrium schon länger ihren Weg in Tuben und Tiegeln gefunden haben, wird Kupfer als der neue Trendwirkstoff gehandelt.

Das Kupfersalz der Gluconsäure soll die Haut gesund halten, die Hautdichte verbessern und Zellschäden durch freie Ra-

diale abwehren. Es empfiehlt sich zur Pflege einer reifen Haut.

Gesunde Ernährung

Um den Einfluss der Elektrolyte in der Hautcreme zu verstärken, sollten Sie Ihrer Kundin eine mineralstoffreiche gesunde Ernährung und das tägliche Trinken von circa eineinhalb bis zwei Litern Mineralwasser empfehlen.

Das steigert das Wohlbefinden und die körperliche sowie mentale Leistungsfähigkeit. **Bevor Kunden allerdings zu Nahrungsergänzungsmitteln mit Mineralien greifen, sollten die Blutwerte beim Hausarzt überprüft werden, damit klar ist, ob dies überhaupt vonnöten ist.** Der Griff zu Tube und Tiegel ist unbedenklich und darf gerne zur täglichen Routine gehören. □

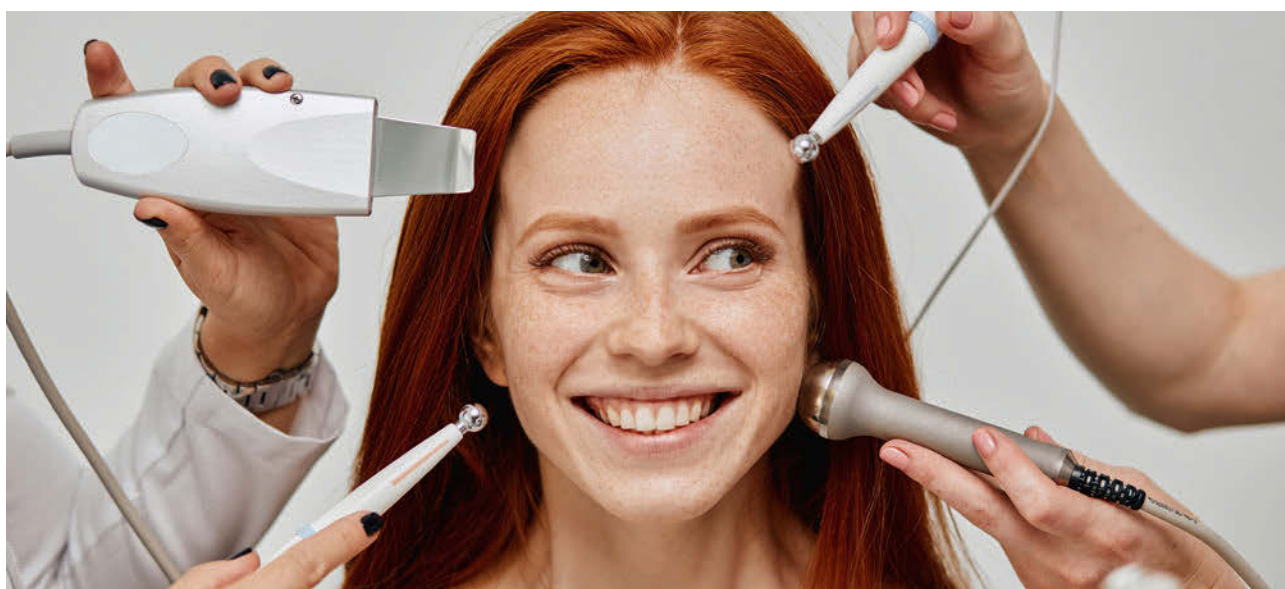


LEA BECKER

Die freie Journalistin recherchiert in den Bereichen Lifestyle, Mode und Beauty für Fachzeitschriften, Print- und Onlinemagazine und Blogs. Ihr Schwerpunkt sind die Themen Hautpflege und Dekorative Kosmetik.

Kombis für Kenner

6 EFFEKTIVE BEHANDLUNGSDUOS FÜR DIE KABINE– Besser im Team gilt auch für apparative Behandlungen. Warum zwei apparative Anwendungen besser sind als eine einzelne und welchen Mehrwert sie für die Kundin bringen, verrät unsere Profikosmetikerin Claudia Helsper anhand von sechs Behandlungsduos.



Wann immer Geräte in der Kabine eingesetzt werden, versprechen sich Kosmetikerin und Kundin einen höheren Nutzen als bei der klassischen Behandlung von Hand. Das trifft für den Bereich Anti-Aging, aber auch für die Behandlung von intensiveren Hautproblemen durchaus zu. Ausserdem hat die Kosmetikerin die Wahl, mehrere Behandlungsmöglichkeiten miteinander zu kombinieren.

Licht und Plasma

Die perfekte Ergänzung ergibt sich zum Beispiel bei der Behandlung von Couperose, Rosacea oder anderen Empfindlichkeiten in Form von Rötungen auf der Haut mit Licht und Plasma.

Blaues und rotes Pulslicht im Wellenbereich 400 bis 430 Nanometer (nm) Blau und 660 nm Rot können gerötete Haut und ein erweitertes Adergeflecht (sichtbar bei Couperose, Teleangiectasie) sowie Rosacea auf schonende Weise reduzieren. Entzündungen entgegenzuwirken, das Gewebe der Blutgefässe zu stärken, Bindegewebe zu straffen und der Haut zu einer verbesserten Aufnahme von Wirkstoffen zu verhelfen, ist die Aufgabe der Lichttherapie.

All diese Erscheinungen kann man **mit Plasma lokal intensivieren**. Plasma (nicht thermisch) wird zur Behandlung von Couperose, erweiterten Äderchen, aber auch gegen Entzündungen und gegen die sich auf der Haut befindlichen Mikroverletzungen eingesetzt. Die erweiterten Kapillare

werden entstaubt und gleichzeitig deren Gefässwände stabilisiert. Pickel und Pusteln werden reduziert und Infektionen vorgebeugt. In der Behandlungskombination kommt zuerst das Plasma zum Einsatz und dann das Licht. Die Behandlung dauert 40 Minuten inklusive Abreinigung, Maske und Abschlusspflege.

Radiofrequenz und Elektroporation

Eine ebenso erfolgreiche Kombination ist die **Radiofrequenz (RF)** und Elektroporation im Anti-Aging-Bereich. Durch die RF werden kollagene Fasern geschrumpft und gleichzeitig die Neubildung angeregt. Das führt zu einer deutlich sichtbaren **Straffung** unmittelbar nach der Behandlung. Die An-

AUF EINEN BLICK

Die besten apparativen Behandlungsduo haben wir hier für Sie zusammengefasst:

- **Licht und Plasma** bei Couperose, Rosacea und Rötungen
- **Radiofrequenz und Elektroporation** bei gestresster und empfindlicher Haut
- **Plasma und Blaulicht** bei Akneanzeichen auf und in der Haut
- **Mikrodermabrasion und Ultraschall** bei Verhornungen, kleine Närbchen, Unebenheiten und Verfärbungen der Hautoberfläche
- **Plasma und Elektroporation** bei lokal auftretenden Falten
- **Needling und Ultraschall** bei erschaffter und fahler Haut

regung der Neubildung dagegen macht sich erst am nächsten Tag bemerkbar. Die Haut wird bis in die Tiefe erwärmt, biochemische Prozesse angeregt, ebenso wie der allgemeine Stoffwechsel. Dadurch ist die Haut nun bereit für die Elektroporation. Mittels Elektrizität produzieren wir **elektromagnetische Wellen**, die vom Gerät abgegeben werden und Kanäle in den Hautschichten der Epidermis bilden. Ein auf die Haut aufgetragenes Produkt mit dem ausgewählten Wirkstoff dringt in die Haut ein und verbessert die Tiefenwirksamkeit nachhaltig. Die Kanäle schliessen sich nach fünf Stunden wieder.

Diese schmerzfreie Methode ist besonders für gestresste und empfindliche Haut und ängstliche Kunden geeignet, da sie auf Nadeln verzichtet. Die Elektroporation akzeptiert alle Formulierungen, also nicht nur Gele, sondern auch Fluids, Cremes oder sogar Masken. Die Behandlung dauert eine Stunde.

Plasma und Blaulicht

In dieser Kombination nutze ich das Plasmaverfahren, um oberflächliche Verletzungen nach dem Ausreinigen so intensiv wie möglich zu behandeln. Das **Ozon**, das vom Plasma (ionisiertes Gas) auf der Hautoberfläche gebildet wird, desinfiziert und verhindert Entzündungen. Es verschliesst (koaguliert) grosse Poren und die Öffnungen, die durch das Ausreinigen entstanden sind.

Das **blaue Licht** gelangt bis in die Talgdrüse der Haut. Die Propionibakterien,

die sowohl auf als auch in der Haut leben, bilden in den Talgdrüsen Porphyrine. Porphyrine sind mit dem Blutfarbstoff Häm verwandt und absorbieren Licht. Porphyrine reagieren auf blaues Licht und bilden Ozon. Dieses Ozon tötet die Propionibakterien ab. In der Kombination Plasma und Licht haben wir eine effektive Behandlung gegen die Akne-Anzeichen auf und in der Haut.

Mikrodermabrasion und Ultraschall

Das **intensive Peeling** durch die Mikrodermabrasion entfernt Verhornungen, kleine Närbchen, Unebenheiten und Verfärbungen von der Hautoberfläche. Es hat den Soforteffekt der Verfeinerung, Aufhellung und das Hautbild wird glatt und fein. Der Kombi-Effekt mit Ultraschall (US) sorgt dafür, dass hoch konzentrierte Wirkstoffe, die sich in Ampullen, Gelen oder Seren befinden, hauttypgerecht tief in die Haut gebracht werden. Durch die Öffnung kann der **Ultraschall seine mechanische, thermische und dadurch biochemische Wirkung** besser entfalten als bei allen anderen Einzelanwendungen. Dadurch wird die Haut noch praller und glatter. Die Behandlung dauert eine Stunde.

Plasma und Elektroporation

Hier wird das Plasma ganz gezielt zur **lokalen Faltenbehandlung** eingesetzt. Ob Zornesfalte, Nasolabialfalte, querlaufenden Stirnfalten oder Augenfält-

chen, hier wirkt Plasma als Anti-Aging-Methode in Kombination mit der Elektroporation.

Plasma, lokal in diesen Falten angewendet, hat einen sehr starken Effekt, da es die Neubildung von Zellen stimuliert und die Bildung von kollagenen und elastischen Fasern durch Mikroverletzungen auf der Haut anregt. Anschliessend tragen Sie ein tiefenwirksames Produkt auf wie zum Beispiel Hyaluronsäure für die Zornesfalte, peptidhaltige Produkte zum Aufbau der Faltentiefe oder zur Verringerung der Faltenlänge. Dann arbeiten Sie es lokal mit der Elektroporation ein. Die Anwendung sollte zweimal wöchentlich als Intensivkur für 30 Minuten durchgeführt werden.

Needling und Ultraschall

Last, but not least: eine nicht invasive Methode, um die **Regeneration der Haut**, die Stimulierung der kollagenen und elastischen Fasern sowie die hauteigene Produktion der Hyaluronsäure anzuregen.

Gleichzeitig wird Hyaluronsäure in die Haut mittels Kunststoff- oder Stahlnadeln gebracht. **Ergebnis:** Die Haut wird praller, glatter, straffer und leuchtet.

Durch die Kombination mit US intensiviert sich die Aufnahme und Zufuhr der Hyaluronsäure oder anderer hochkonzentrierter Wirkstoffe. Der Ultraschall powert diese Wirkstoffe nach dem Needeln tief in die Haut. Durch die Anwendung auf den Vliesmasken mit Hyaluronsäure, Aloe vera oder Power-Peptiden nach der Behandlung erzielen Sie mit US immer ein verbessertes Ergebnis. Die Behandlung dauert eine Stunde. □



CLAUDIA HELSPER

Die Autorin ist gelernte Drogistin, Kosmetikerin, Chefkosmetikerin und Leiterin der Trainingsakademie bei Jean d'Arcel, Kehl, www.jda.de

Wie **Wunden** zu **Narben** werden

ENTSTEHUNG, TYPOLOGIE UND BEHANDLUNG – Die Narbe ist das Endergebnis des Wundheilungsprozesses. Wie läuft dieser genau ab? Welche Arten von Narben können entstehen? Und wie sieht die kosmetische und medizinische Behandlung aus? Die Antworten erfahren Sie hier.



Eine Narbe stellt nach einer Verletzung der Haut, die bis in die Dermis (Lederhaut) reicht, den Endzustand der Wundheilung dar. Ursächlich können zum Beispiel operative Eingriffe, Verbrennungen, Tätowierungen oder andere Verletzungen sein. Narbenlos heilen nur Verletzungen der Epidermis ab wie zum Beispiel Abschürfungen. Die **Wundheilung**

lässt sich in **vier Phasen** aufteilen. Die Heilung einer Wunde dauert circa acht bis zehn Tage, die vollständige Belastbarkeit tritt aber erst nach etwa drei Wochen ein. Dabei ist zu beachten, dass das Narbengewebe einen bindegewebigen Ersatz darstellt und keinesfalls die Funktionen und Eigenschaften normaler Haut aufweist. Die Kollagenfasern sind nicht mehr verflocht-

ten, sondern parallel angeordnet, und es mangelt an elastischen Fasern. Dadurch bedingt mangelt es dem Narbengewebe an Elastizität. Auch Haare, Talg- oder Schweißdrüsen sowie die für die Pigmentbildung verantwortlichen Melanozyten fehlen bei Narbengewebe. Dies sind die Gründe dafür, warum eine Narbe anders aussieht als normale Haut.

Foto: HalynaRom/Shutterstock.com



Der Alleskönner **Harnstoff (Urea)** hilft unter anderem bei juckenden Keloiden.

Nach Abschluss der Wundheilung kommt es noch zu weiteren Umbauvorgängen in der Narbe: Kollagenfasern vermehren sich und ziehen sich zusammen, es kann zu einer Narbenschumpfung und Verhärtung kommen und die Anzahl der Blutgefässe nimmt ab. Die anfänglich rot erscheinende Narbe verblassst mit der Zeit und wird weisslich.

Welche Arten gibt es?

Es gibt eine Vielzahl an Narbenarten. In der täglichen Praxis unterscheidet man hauptsächlich zwischen unreifen, reifen, eingesunkenen (atropen) Narben, Narbenwucherungen (hypertrophen Narben) sowie Narbenkeloiden. **Unreife Narben** sieht man zu Beginn jeder Narbenheilung. Oft sind sie gerötet, können leicht erhaben sein und mit Juckreiz oder etwas Schmerz einhergehen. Nach Abschluss der Umbauprozesse des Gewebes gehen sie in **reife Narben** über, die blass, depigmentiert und weitgehend ohne Schmerz oder Juckreiz sind. Meist liegen sie im Hautniveau oder leicht darunter. Je nach Sichtbarkeit der Narben können sie für den Patienten dennoch stark belastend sein.

Atrophe Narben liegen typischerweise unter dem Hautniveau, da während der Wundheilung nicht genügend Kollagenfasern gebildet wurden. Dies passiert, wenn Zugkräfte auf die Wunde gewirkt haben oder die Wunde zum Beispiel nicht ausreichend durchblutet und versorgt wurde. Bekannte Beispiele sind Akne-Narben im Gesicht, vor allem im Bereich der Wangen, aber auch am Dekolleté oder Rücken. Man unterscheidet

anhand der Optik zwischen Eispickelnarben beziehungsweise „ice-pick“ scars (schmal und tief), „boxcar“ (wie ausgestanzt) und „rolling“ (u-förmig) scars. Ein weiteres Beispiel für atrophe Narben sind Windpocken-Narben.

Hypertrophe Narben sind stärker ausgeprägt, wulstartig und ragen über das Hautniveau hinaus, sind jedoch auf den Ort der Verletzung beziehungsweise die Wunde beschränkt. Häufig erscheinen sie rötlich und teils verhärtet. Es kann Juckreiz oder auch ein Narbenschmerz auftreten. Neben dem ästhetischen Aspekt können hypertrophe Narben im Bereich von Gelenken störend für den Bewegungsablauf sein und zu funktionellen Einschränkungen führen.

Gründe für die Entstehung von hypertrophen Narben sind Spannungskräfte, die während der Heilungsphase auf die Wunde einwirken. Zum Schutz und zur Stabilität arbeitet die Wunde dagegen an und produziert verstärkt kollagene Fasern.

Keloide werden oft mit hypertrophen Narben verwechselt. Wichtiges Merkmal zur Unterscheidung ist, dass Keloide über die eigentliche Fläche der Verletzung hinauswachsen. Keloide sind halbkugelige, wulstige, derbe, gerötete Hautveränderungen, die häufig von Juckreiz und Schmerzen begleitet werden. Bereits minimale Verletzungen wie zum Beispiel Insektenstiche können zur Keloidbildung führen, und das häufig auch erst Monate bis Jahre nach der Verletzung.

Die Entstehung von Keloiden scheint genetisch beeinflusst zu sein (familiäre Häufung), und sie kommt bei Patienten mit

dunklerem Fitzpatrick-Hauttyp häufiger vor. Die einhergehende Wucherung der Narbe ist eine Überproduktion von bindegewebigen und kollagenen Fasern. Weiterhin spielt die Anatomie eine Rolle: Auffällig häufig bilden sich Keloide an der oberen Körperhälfte, insbesondere an Dekolleté, Rücken, Oberarmen oder Ohrläppchen.

Grenzen in der Kosmetik

Ein wichtiger Schwerpunkt der kosmetischen Narbenbehandlung ist die **optische Abdeckung**. Die verwendeten Produkte (Blemish Balms oder Camouflage-Make-up) sollten eine gute nachgewiesene Verträglichkeit haben und leicht okklusiv wirken. Das bietet dem Gewebe Schutz und verbessert die Feuchtigkeitsbindung. Neben der Kaschierung stehen auch kosmetische Behandlungen zur Verfügung, deren Erfolg sich massgeblich nach dem Alter der Narbe richtet. Als Faustregel gilt: **Je älter die Narbe, umso schwieriger ist sie zu behandeln**. Dennoch sollte mit einer kosmetischen Narbenbehandlung erst nach Abschluss der Wundheilung begonnen werden, wenn das Gewebe ausreichend gefes-



DIE VIER PHASEN DER WUNDHEILUNG

1. Absonderungsphase (Exsudationsphase): Unmittelbar nach der Verletzung tritt Blut aus den beschädigten Gefässen aus und sammelt sich mit Gewebewasser in der Wunde. Dadurch wird die Wunde ausgespült und schon mal gereinigt. Der Blutfluss wird im Rahmen der Gerinnung gestoppt, welche auch gleichzeitig den Regenerationsprozess anstösst. Dabei wird ein spezielles Protein (Fibrin) gebildet, das wie eine Art „Klebstoff“ netzartig die Wunde abdichtet – ein natürlicher provisorischer Wundverschluss entsteht.

2. Reinigungsphase (Resorptionsphase): In dieser Phase sorgen spezielle Fresszellen (Makrophagen) für die Abräumung von Gewebstrümmern. Die Zellen der körpereigenen Abwehr bekämpfen eingedrungene Erreger wie zum Beispiel Bakterien. Gleichzeitig werden Stoffe freigesetzt, mit denen Zellen für die Reparatur des Gewebedefekts angelockt werden.

3. Vermehrungsphase (Proliferationsphase): Spezielle Bindegewebszellen (Fibroblasten) wandern in die Wunde ein und starten die Kollagenproduktion. Hierbei dient das Fibrinnetz der ersten Wundheilungsphase als eine Art Baugerüst. Parallel dazu spriessen neue, kleine Gefässe ein. Das Ergebnis ist eine zellreiche, gut durchblutete Defektdeckung – das Granulationsgewebe bildet sich. Die Wundränder nähern sich wieder an.

4. Reparationsphase (Epithelisierungsphase): Das Granulationsgewebe reift zu reissfestem Bindegewebe, wobei sich die Kollagenbündel entlang der Belastungsrichtung ausrichten. Durch neue Epithelzellen verschliesst sich nun auch die Wundoberfläche. Als Endzustand der Wundheilung ist eine bindegewebige Narbe entstanden.

tigt ist. **Keloide** gehören immer **in die Hand von Dermatologen!**

Kosmetische Behandlungen

An erster Stelle stehen **Peelingbehandlungen** wie zum Beispiel pflanzliche Schälkuren. Narbengewebe und oberflächliche Verhärtungen werden sanft abgetragen, die Regeneration des Gewebes und die Wirkstoffaufnahme werden unterstützt. Durch die mechanische Abtragung werden Narben flacher, weicher und weniger sichtbar. Aber nicht alle Schälmethode sind bei Narbengewebe geeignet. Fruchtsäurepeelings oder medizinische Trichloressigsäure sind zwar effektiv, aber keine Mittel für Daueranwendungen, da die Haut stark beansprucht wird.

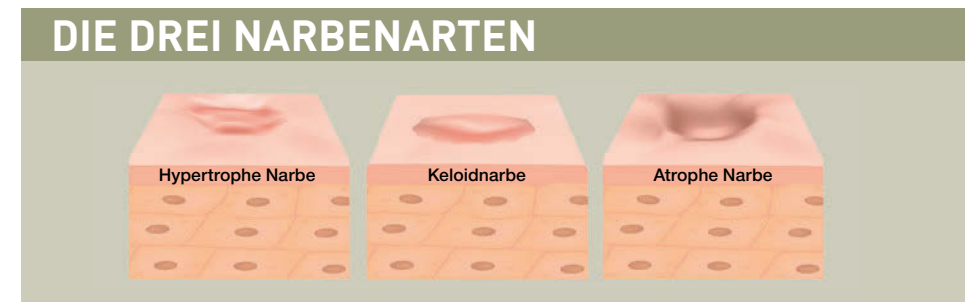
Andere oberflächliche Verfahren, zum Beispiel die **Mikrodermabrasion**, können ebenfalls von der Kosmetikerin eingesetzt werden, um vor allem oberflächliche, atrophe Narben optisch zu verbessern. Je nach Ausgangszustand sind wiederholte Behandlungen erforderlich. Beim **Microneedling** wird durch nadelstichinduzierte kleine Verletzungen in der Haut die Neusynthese von Kollagen angeregt. Vor allem bei eingesunkenem Narbengewebe kann dadurch eine Angleichung an das umliegende Hautniveau erzielt werden.

Unterstützende kosmetische Verfahren zur Narbenbehandlung sind **Massagen** und **Ultraschall**. Bei regelmässiger Anwendung können die Narbenstruktur deutlich verbessert und auch Wirkstoffe ins Gewebe eingeschleust werden.

Medizinische Behandlungen

Je nach Narbenart können verschiedene Therapien zum Einsatz kommen. Eine **chirurgische Therapie** kann bei „Problemnarben“ beispielsweise in Gelenknähe, bei hypertrophen oder kosmetisch störenden Narben eine Verbesserung erzielen. Durch den Arzt sollte jedoch stets gut abgewogen werden, ob das funktionale oder kosmetische Ergebnis durch den geplanten Eingriff deutlich verbessert werden kann.

Eine weitere medizinische Behandlungsmethode ist die **Injektion von Kortison** (Glukokortikoiden) direkt in die Narbe. Dadurch wird die Produktion von Kollagenfasern gehemmt und die Narbe wird fla-



cher. Besonders gut funktioniert die Therapie bei hypertrophen Narben und aktiven, hellroten Keloiden. Bei Keloiden werden häufig Injektionsbehandlungen mit Vereisung (Kryochirurgie) kombiniert. Bei ausbleibender Besserung kann dann über eine operative Entfernung des Keloids nachgedacht werden, wobei jedoch auch immer die Gefahr einer neuen Keloidentstehung gegeben ist.

Eine **Behandlung mittels Druck** erfolgt in Form von Kompressionsverbänden oder -kleidungsstücken, die vom Patienten über Monate bis Jahre getragen werden müssen – somit ist das Mitwirken des Patienten besonders wichtig! Einsatzgebiete sind großflächige hypertrophe Narben, zum Beispiel nach Verbrennungen oder Verbrühungen. **Laser** haben einen zunehmenden Stellenwert in der Narbentherapie. Sie bedienen sich verschiedener Funktionsmechanismen und sind daher je nach Art der Narbe sehr spezifisch einsetzbar. Die Laserbehandlung bei Narbengewebe gehört immer **zwingend in die Hände von Experten**, denn zu aggressives Vorgehen kann bei allen Technologien und Narbentypen auch zu einer Verschlechterung der Narben führen.

Narbenpflege

Solange sich noch keine bleibende Narbe mit einer trockenen Oberfläche gebildet hat und noch feuchtes Granulationsgewebe vorliegt, unterstützt **Panthenol** den Wundheilungsprozess und das Feuchtigkeitsgleichgewicht im Narbengewebe. Zur Wiederherstellung der maximalen Hautelastizität sollte das Narbengewebe mit **natürlichen Ölen** versorgt werden, damit es weich bleibt und nicht austrocknet.

In der Narbenpflege nimmt zudem **Silikon** einen hohen Stellenwert ein. Es kann in

Form von Pflastern, Gelen oder Cremes aufgetragen werden. Es sollte regelmässig täglich und mindestens drei Monate angewendet werden, um einen guten Effekt zu erzielen. Der Wirkmechanismus ist noch nicht abschliessend geklärt, jedoch weiss man, dass durch den okklusiven Effekt des Silikons die Durchfeuchtung der Narbe gesteigert wird. Zusätzlich soll es durch Signale an die Fibroblasten zu einer guten Strukturierung innerhalb der Narbe kommen.

Ein weiterer Wirkstoff, der häufig zur Narbenpflege eingesetzt wird, ist **Zwiebelextrakt**. Er wirkt entzündungshemmend, keimtötend und hemmend auf die Vermehrung von Bindegewebszellen. So kann der Ausbildung von wulstigen oder hypertrophen Narben entgegengewirkt werden. Da im Narbengewebe pigmentbildende Zellen fehlen, sollte jede frische Narbe unbedingt mit einem hohen Lichtschutz (LSF 50) in den ersten drei Monaten geschützt werden, um einen Sonnenbrand und somit Folgekomplikationen (Hyperpigmentierung, Entstehung von Hautkrebs) zu vermeiden. □



DR. MED. CHRISTINE SCHRAMMEK-DRUSIO

Die Autorin ist Dermatologin, Allergologin, Geschäftsführerin der Dr. med. Christine Schrammek Kosmetik GmbH, Essen.



CHRISTINA DRUSIO

ist Fachärztin für Dermatologie und Venerologie, Mitglied der Geschäftsleitung der Dr. med. Christine Schrammek Kosmetik GmbH. www.schrammek.de



FÜR BEST AGER

Craith Lab | Die Hautpflegeprodukte von Craith Lab basieren auf dem Zusammenspiel von Epigenetik und Probiotika. Das „Royal Collagen Day & Night Serum“ verspricht, reife Haut mit epigenetischen Peptiden, Desamido-Kollagen, Hyaluronsäure sowie dem Gelée Royal nachempfundenen Wirkstoff „RoyalEpigen P5“ zu unterstützen, indem die Zellteilung verlangsamt wird.
Tel. 062 896 42 42,
www.cosmovogue.ch

DELLENFREI

LPG® | Das neue Produktduo von LPG® soll die verschiedenen Arten der Cellulite gleichermassen bekämpfen. Für Frauen, die seit mehreren Jahren an fibröser Cellulite leiden, ist das „Anti-Cellulite Intensive Serum“ mit indischer Lotusblüte geeignet. Damen mit einer Kombination von adipösen und ödematösen Faktoren sollten zum „Anti-Cellulite Cream-in-Gel“ greifen, das Bigaradeblütenblätter und Braunalge enthält. Empfohlen wird die Kombination beider Produkte.
Tel. 078 840 76 51, www.endermologie.com/de



MEDICAL BEAUTY

Mit Tiefenwirkung



ENTGIFTEND

Arosha | „Detoxy“ ist eine professionelle Ganzkörperbehandlung und gleichzeitig die erste Phase namens „Reset“ der Arosha-Methode. Diese Phase verspricht zu entgiften, die Mikrozirkulation der Haut zu stimulieren und das Gewebe mit Sauerstoff zu versorgen. Das Ergebnis soll eine glatte, strahlende Haut sein. Detoxy eignet sich als Vorbereitung der darauffolgenden Phasen „Restore“ und „Attack“.

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



IM GLEICHGEWICHT

swissestetic | Mit dem neuen Konzentrat „skin balance“ präsentiert mesoestetic ein Serum mit hoher Verträglichkeit und beruhigender Wirkung. Wirkstoffe wie Kamille, Ringelblume, Safranblüten und Aloe vera gleichen die Hautbarriere aus und stärken sie. Das Serum eignet sich insbesondere für empfindliche Haut, da es bei Juckreiz, Rötungen und Reizungen beruhigend wirkt.

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



NEUE TECHNOLOGIE

Belico | „Body Scrub“ und „Body Care Silhouette“ von Belico sollen für ein glatteres, festeres Hautbild am ganzen Körper sorgen. Das Peeling regt die Durchblutung an und entfernt abgestorbene Hautschuppen. Die Körperlotion mit Seetraubenextrakt soll mithilfe eines neuen Trägersystems Cellulite auf Zellebene bekämpfen. Dies ist möglich, da sich auf der äusseren, liposomähnlichen Kapselhülle spezielle Steuerpeptide befinden, die an die Rezeptoren der Fettzellen andocken und in die Zelle eindringen. Erst dort wird laut Hersteller der Wirkstoff freigesetzt.

www.belico.de



MILLENNIALS

- Jahrgänge 1983–1994
- Alter: 28–39 Jahre
- Legen noch mehr Wert auf Individualismus als die Vorgänger der Gen X
- Mögen es exklusiv, luxuriös und aussergewöhnlich



Digital Natives erreichen

DIE GENERATIONEN ALS KUNDEN, TEIL 7 – Millennials, Gen Y oder Digital Natives – die Generation von 1983 bis 1994 ist schon sehr früh mit der digitalen Welt in Kontakt gekommen. Es handelt sich um eine Generation, die darüber hinaus auch grossen Wert auf Luxus, Individualität und Wellness legt. Hier erfahren Sie, wie Sie die Millennials am besten online erreichen.

Grafik: Astel Design/Shutterstock.com

Keine Generation vor der Gen Y beziehungsweise den Millennials wurde in der Entwicklung **von klein auf so stark durch die digitale Welt geprägt**. Dies macht es schwer, Personen dieser sowie älterer Generationen in denselben Marketingaktivitäten zielgerichtet anzusprechen.

Aufgrund der enormen Kaufkraft und der hohen potenziellen Marketingreichweite sollte jedoch viel Wert auf die Millennials gelegt werden. **Wohlbefinden und Individualismus haben für sie einen deutlich höheren Stellenwert** als für die Vorgängergenerationen, was sich auch im Konsumverhalten widerspiegelt. Die Millennials sind **eher besorgt um die Zukunft** und schätzen Unternehmen, die ihre Haltung zu wichtigen Thematiken wie Umweltbewusstsein teilen und sich dafür engagieren.

Digital Natives

Die Menschen der Gen Y werden auch als „Digital Natives“ bezeichnet. Sie sind medien- und technikaffin und es gewohnt, direkt und auf Augenhöhe zu kommunizieren. Sie sind sich ihrer **eigenen Wünsche und hohen Ansprüche** bewusst, sind jedoch auch bereit, dafür zu zahlen, wenn ein Angebot ihren Erwartungen entspricht. **Marketing muss für sie persönlich, einfallsreich, interaktiv und mobil** verfügbar sein, damit es einschlägt. Die Millennials besitzen ein

komplett anderes Medienverhalten als ältere Generationen, da sie nicht über ältere „Push-Medien“ erreicht werden können. Sie steuern mit „Pull-Medien“ lieber selbst, welche Inhalte sie von welchen Portalen sehen und was sie ausblenden möchten. Daher ist eine zielgerichtete Ansprache mit Themen, die für sie interessant sind, nicht nur wichtig, sondern essenziell. Allgemein gehaltene, für alle Generationen passende Werbefloskeln können hier sehr abschreckend sein.

Wunsch nach Transparenz

Authentizität und Transparenz sind wichtige Faktoren für eine Entscheidung, und ihnen bleibt nichts verborgen. Ehe ein Online-Shop angesteuert wird, erfolgt vielfach eine **Recherche bei Google, mit Besuch des Instagram- oder Facebook-Profiles**. Der eigene Auftritt und Kundenservice müssen stimmen, und die Kunden sollten die Zufriedenheit auch öffentlich preisgeben. Es hilft, wenn man die Kunden dazu animiert, ein **Feedback auf den einzelnen Kanälen zu hinterlassen**. Dazu zählen Social-Media-Kanäle, das Google MyBusiness-Profil oder auch die eigene Webseite (beispielsweise Produktbewertungen).

Angesagte Plattformen

Erreichbar sind die Millennials primär auf allen sozialen Medien, die

angesagt sind und wo sie sich mit Gleichgesinnten austauschen oder Medien konsumieren können. Meist verfolgen sie interessante Firmen und Angebote auf mehreren Portalen gleichzeitig. Zu den wichtigsten Plattformen gehören aktuell **Instagram, WhatsApp, YouTube, Snapchat, TikTok oder Twitter**. Auf den jeweiligen Kanälen ist wichtig, dass die veröffentlichten Inhalte den Bedürfnissen des jeweiligen Portals entsprechen und dass die Inhalte emotional wirken. Belanglose und traditionelle Werbeeinhalte gehen in der Flut von Nachrichten unter.

Ein **Influencer**, der sich mit der eigenen Branche befasst und sich für Marketingzwecke einspannen lässt, **kann bei Millennials eine sehr hohe Reichweite erzielen**. Der Erfolg hängt jedoch sehr von dem Influencer sowie dem vermarkteten Angebot ab. Wichtig ist, dass die Nachricht möglichst als authentische, positive Erfahrung des Influencers ausgegeben wird. □



BJÖRN DOSWALD

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



DOSSIER

INNERE *Werte*

» AUSSTATTUNG IM INSTITUT – VON INTERIEUR BIS TOOLS «

Für ein perfektes Zusammenspiel von Optik und Konzept Ihres Instituts, müssen einige Faktoren zusammenpassen. Lesen Sie auf den kommenden Seiten, welches Interieur und welche Tools zu Ihren Behandlungen passen oder wie Raumkonzepte funktionieren können.



BEREITS ERSCIENEN:

- 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
- 11/2021 Herausforderung Haut
- 12/2021 Wunderbare Winterhaut
- 1/2022 Detox für die Haut



NÄCHSTE AUSGABEN:

- 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
- 12/2022 Behandlungen für trockene Haut

Richtig eingerichtet!

TOOLS FÜRS INSTITUT – Der Schritt in die Selbstständigkeit als Kosmetikerin muss klar und strukturiert geplant werden. Neben Standortüberlegungen und finanziellen Erfordernissen spielt hier die Ausstattung des Instituts, insbesondere die der Behandlungskabine, eine wesentliche Rolle.

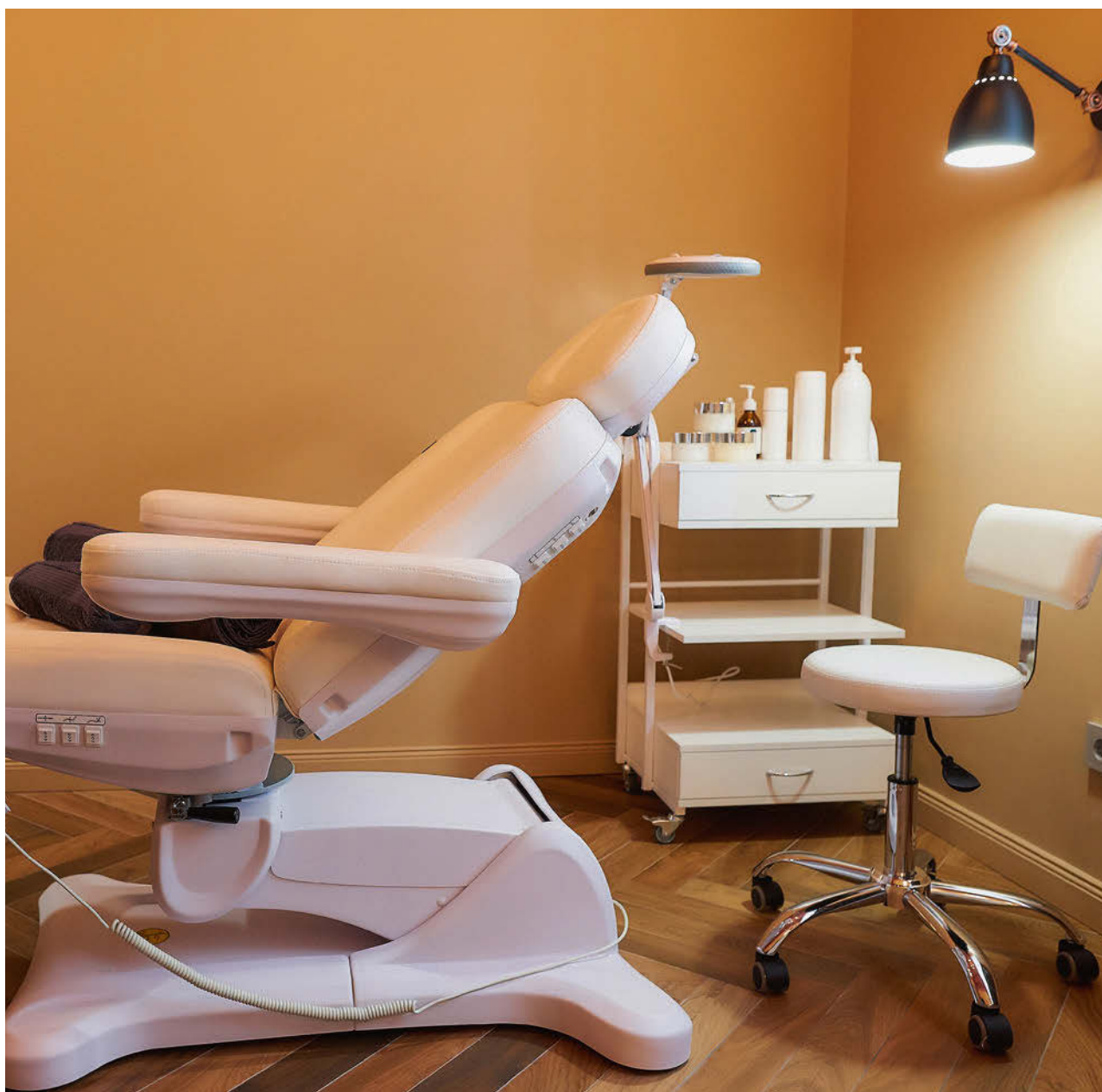


Foto: Roman J Royce/Shutterstock.com



Erst die Pflicht und dann die Kür. Das soll heissen, dass erst die unbedingt notwendigen Dinge für die Kabine bedacht werden sollten – und dies bitte in guter Qualität – und erst danach die Ausstattung vom Empfangsbereich usw. angegangen werden sollte. Das soll natürlich kein Rat für „Klein-Klein“ sein. Aber gerade, was Einrichtung und Interieur betrifft, so kann man problemlos nachbessern, wenn der finanzielle Rahmen es erlaubt. Zudem ist hier auch die Frage der angestrebten Klientel von Bedeutung.

Natürlich wird bei der Gestaltung immer der individuelle Geschmack von Bedeutung sein, im Vordergrund sollte dabei aber der erforderliche Wohlgefühlcharakter der Räume stehen. **Ohne Wohlfühlen keine Entspannung. Ohne Entspannung – bei aller Ergebnisorientiertheit – kein wirklicher Behandlungserfolg.**

Während das französische Wort Interieur den gesamten Innenraum und dessen Ausstattung, also Innenarchitektur, Raumausstattung, zum Beispiel Wandfarben, Möbel und Raumtextilien umfasst, versteht man unter Tools eher arbeitserleichternde Werkzeuge. Somit ist die Unterscheidung klar: Tools findet man primär in der Kosmetikkabine, um die es in diesem Beitrag auch primär geht. Der Bogen vom Interieur bis zu den Tools ist dabei weit gespannt.

Businessplan

In Abhängigkeit von der Grösse der geplanten Einrichtung, des Laden- oder Etagengeschäfts und von der Art des geplanten Angebotes ist der Finanzbedarf sehr unterschiedlich zu bewerten. Konkrete Ausführungen dazu wären unseriös, da man hier auf

sehr unterschiedliche Weise agieren kann. **Experten sprechen in der Regel von einem Investitionsvolumen von ca. CHF 25.000 bis 100.000.** Nach oben gibt es allerdings mit Sicherheit keine wirklichen Grenzen.

Ein Businessplan kann hier allerdings helfen und ist, wenn zum Beispiel ein Darlehen zur Existenzgründung erforderlich ist, ohnehin notwendig. Dieser Businessplan gibt Klarheit über alle notwendigen Schritte im Vorfeld der Gründung eines Kosmetikinstituts und lässt Prognosen über den wirtschaftlichen Erfolg des geplanten Unternehmens zu.

Die Ausstattung

Wenngleich es in diesem Beitrag primär um eine Kabinenausstattung, die effektives Arbeiten erlaubt, geht, so sollte man dennoch bedenken, dass es mit der **Kabinenausstattung** allein natürlich nicht getan ist. Denn eine gewisse **Auswahl an Waren** – sowohl zur Behandlung als auch zum Verkauf – muss ebenso vorhanden sein wie ein nett hergerichteter Warteraum

bzw. ein Empfangstresen. An eine kleine Sitzcke zum Durchführen von Beratungsgesprächen und Terminvereinbarungen sollte ebenfalls gedacht werden. Im Idealfall ist beides von der Behandlungskabine getrennt.

Spricht man allerdings ausschliesslich von der Kabinenausstattung, bzw. von der Grundausrüstung einer Kosmetikkabine, so wird das Ganze deutlich konkreter. Man kann hier von einem **Finanzbedarf von ca. CHF 15.000** ausgehen. Wenn man also das Gesamtinvestitionsvolumen nur genau beziffern kann, wenn man alle erforderlichen Fakten wie Grösse und Miete für die Räume, Mitarbeiterzahl usw. kennt, so kann man aber klar definieren, was unbedingt und unabdingbar zur Ausstattung einer Kosmetikkabine gehört.

Die Tools der Kabine hingegen werden vom ersten Arbeitstag in vollem Umfang benötigt. Es wird keine effektiven Behandlungsergebnisse geben ohne das entsprechende Arbeitsmaterial. Natürlich kann man hier unterscheiden zwischen einer Kabinengrundausrüstung (Einsteigerkabine) und einer Behandlungskabine, die



CHECKLISTE FÜR DIE EINSTEIGERKABINE:

Diese Tools sollten Sie für Ihr Institut anschaffen:

- Ablagetisch mit Stuhl und Garderobenständer für die Kleidung der Kunden
- Schrank zur Aufbewahrung der Arbeitsmaterialien (kosmetische Produkte, Pinsel, Pinzette usw.)
- Behandlungsliege (unbedingt auf entsprechende Ergonomie und Bequemlichkeit achten. Rückheizung erfreut sich grosser Beliebtheit)
- Hocker/Stuhl (ebenfalls ergonomisch)
- Gerätewagen (gleichzeitig Arbeitsfläche und oft auch Kombinationsgerät für Lupenlampe und Bürstenschleifgerät)
- Lupenlampe
- Vapozon (Bedampfer)
- Frimator (Bürstenschleif-Gerät)
- Praxiswäsche (Abdeckung für die Liege, Handtücher, Decke zum Zudecken, Nackenrolle, Unterlage für die Knie der Kunden, Kompressen usw.)
- Spatel, Maskenpinsel, Pinzette, Einmallanzetten
- Verbrauchsmaterial (Kleenex, Watte-pads, Mülltüten, Einmalhandschuhe, Desinfektionsmittel usw.)
- Abfalleimer (durch Fusspedal bedienbar)
- Lupenlampe mit Farblichtaufsätzen. Durch verschiedene Farbaufsätze können Behandlungen für bestimmte Hautzustände effektiv durchgeführt und auch Gemütszustände berücksichtigt werden. Mit diesem Tool können Sie sich von Bewerbern absetzen.



Zuerst sollten die unbedingt notwendigen Dinge für die Kabine bedacht werden und erst danach die Ausstattung für die weiteren Räume, wie den Empfangsbereich.

auch Geräte beinhaltet, die nicht unbedingt zur Grundausstattung gehören.

Allgemeines

Bei der Kabinenausstattung sollte die zur Verfügung stehende Fläche berücksichtigt werden. Ausreichend Bewegungsspielraum muss sichergestellt sein. Geräte müssen problemlos zu handhaben sein. **Rund 15 Quadratmeter wären dafür eine gute Grösse.** Optimal ist es natürlich, wenn ein Fenster zur Raumbelüftung und für Tageslicht vorhanden ist. Da in der Kabine und im ganzen Institut Hygiene oberstes Gebot ist, ist bei der Ausstattung von Boden und Wänden auf Materialien zu achten, die feuchte Reinigung vertragen.

Ideal sind Kunststoffbeläge, Keramikfliesen oder Steinböden. Nur wenn Holz fugenlos verlegt ist und auch feucht gereinigt werden kann, sollte es verwendet werden. Feine und glatte Abschlüsse vom Boden zu den Wänden zur Vermeidung vom Einnisten von Keimen und Bakterien sind hier wichtig. Bitte keinen Teppichboden verwenden. Abwaschbare Wand-

anstriche oder abwaschbare Tapete sowie auch Kunststoffpanelen wären ideal. Das Waschbecken sollte möglichst im Kabinenraum sein, aber mit etwas Abstand zur Behandlungsliege. Alles sollte gut zu reinigen und zu desinfizieren sein.

Aber natürlich geht es auch anders und ein klein wenig über das Mindestmass hinaus. Denn schnell merkt man durch Marktbeobachtung oder auch durch Kundenfragen, dass man Behandlungsergebnisse durch spezielle Geräte optimieren kann. Zudem kann man sich ggf. einen USP (Unique Selling Proposition = Alleinstellungsmerkmal) schaffen – sich also von Mitbewerbern abheben.

Der Markt für diverse Geräte ist natürlich gross, und deshalb gilt es genau abzuwägen, welche zusätzliche Anschaffung Sinn macht. Vor allem, da das Bundesgesetz über den Schutz vor Gefährdungen durch nichtionisierende Strahlung und Schall (NISG) seit Juni 2019 entsprechende Massnahmen festgesetzt hat, die in der Verordnung V-NISG konkretisiert sind. Ab dem 1. Juni 2024 sind manche Behandlungen und Geräte daher nur noch mit einem entsprechenden Sachkundenachweis erlaubt, der vor-

aussichtlich ab April dieses Jahres erworben werden kann.

Für Ihre Ausstattung bedeutet das, dass einige Geräte für den kosmetischen Gebrauch herausfallen, es Meldepflichten zu beachten gibt und einige Geräte in Abhängigkeit von ihren technischen Daten zur Benutzung durch die Kosmetikerin möglich sind. Dies aber in Verbindung mit speziellen Schulungen.

Hier gilt es also, genau hinzuschauen. Sicher ist es auch sinnvoll, sich als Anfänger/-in erst ein wenig zeitlichen Vorlauf zu verschaffen. Ein wenig Erfahrung mit möglichen Hautreaktionen, entsprechenden Indikationen und Gegenindikationen ist sicher sehr hilfreich. □



WALTRAUD BÖHME

Die Autorin ist Mitinhaberin und Geschäftsführerin der Elite Fernakademie für Kosmetik und Wellness GmbH.
www.elite-fernakademie.de



SAVE THE DATE

BEAUTY BUSINESS DAYS SWITZERLAND

Zürich • 4. April 2022
Zürich Marriott Hotel

Bern • 23. Mai 2022
Swissôtel Kursaal Bern

Alle Infos zu den Events und Tickets: www.beauty-fairs.ch

BEAUTY BUSINESS DAYS SWITZERLAND sind Events von

Health and Beauty Marketing Swiss GmbH

Kontakt: Tel. +41 (0)41 417 07 70 – info@health-and-beauty.ch – www.beauty-fairs.ch/beauty-business-days

In Szene gesetzt

RAUMKONZEPTE – Ungewöhnliche Monate liegen hinter uns, und es wird Zeit, zukunftsorientiert zu handeln. Das Jahr 2022 soll frischen Wind und Esprit mit sich bringen. Vielleicht wäre nun der richtige Augenblick gekommen, um Ihrem Institut einen neuen Look oder ein Facelift zu schenken. Der Profi verknüpft Strategie und Design miteinander für Ihren Erfolg – denn Erfolg ist planbar!



Ein kritischer Blick mit den Augen der Kunden durch eine vorhandene Einrichtung gibt oftmals Klarheit, ob die Businessräume State of the Art sind. Unterschiedliche Anforderungen wie Designanspruch, Raumgefühl, kompetente Ausstrahlung und Funktionalität, sollten optimal vereint werden.

Die **Grösse** des zu gestaltenden Objektes ist **zweitrangig** und eher abhängig vom Behandlungsangebot. **Ausschlaggebend** sind die **durchgängige Designlinie des Raumkonzepts** und das damit erzeugte **Raumgefühl**. Eine Location von 60 Quadratmetern kann ebenso in Szene gesetzt werden wie 200 Quadratmeter. Der Gesamt-

eindruck sollte gradlinig, offen und klar strukturiert sein.

3 Raumkonzepte

1 Führen Sie ein **Ein-Raum-Institut**, ist es umso wichtiger, diesen Ort **sinnvoll strukturiert** zu gestalten,



Für eine Kabine, in der apparative Kosmetik zum Einsatz kommt, empfiehlt der Experte einen cleanen Look.



Der Behandlungsraum sollte eine atmosphärische Lichtquelle haben und für die Kosmetikerin mit einer Lupenleuchte ausgestattet sein.

sodass alle benötigten Arbeitsutensilien so platziert und verstaut werden können, dass eine bestmögliche Arbeitsausführung und ein optimales Wohlfühlerlebnis für die Kunden gewährleistet sind. In einem kleinen Institut muss das Innenraumdesign jede Nische in die Planung einbeziehen, damit schlussendlich eine optimale Raumnutzung entsteht.

2 Verfügen Sie über **zwei oder mehr Räume**, werden sicherlich unterschiedliche Beauty-Anwendungen oder Medical-Beauty-Behandlungen jeweils einem Raum zugeordnet. Für ein Zimmer, in dem apparative Kosmetik praktiziert werden soll, empfiehlt sich ein cleaner Look. Hingegen darf in einem Raum, in dem Permanent Make-up angeboten wird, auch etwas Farbe ins Spiel kommen.

3 Das nächste Level ist die **Luxusvariante mit sehr viel Platz** und einer High-Level-Ausstattung. Auch bei grosszügiger Fläche ist eine

kluge und sinnvolle Raumgestaltung wichtig. Ungenutzte Ecken oder Nischen sollten dekorativ in das Raumkonzept eingebunden werden.

„Für ein Zimmer, in dem apparative Kosmetik praktiziert werden soll, empfiehlt sich ein cleaner Look.“

Ordnung muss sein

Die unterschiedlichen Raumvarianten haben eines gemeinsam: Die Arbeitsplätze müssen aufgeräumt und ordentlich sein, denn der Blick durch die Augen der Kunden ist ein anderer als der Blick einer Person, die täglich im eigenen Institut vor Ort ist.

Der Punkt **Hygiene** sei nur nebenbei erwähnt, haben wir doch in den letzten Monaten durch die Corona-Pandemie nochmals mehr erfahren, wie wichtig Hygiene ist.

Customer Journey

Machen Sie sich Gedanken über die „Reise“ Ihrer Gäste. Der Kunde tritt in Ihre Räumlichkeiten mit einer Erwartungshaltung und möchte sie nach dem Aufenthalt mit einem zufriedenen Gefühl verlassen. Alle positiven Eindrücke dazwischen sind plan- und lenkbar.

„Die Arbeitsplätze müssen aufgeräumt und ordentlich sein.“





Der Empfangsbereich sollte klar strukturiert sein und bequeme Sitzgelegenheiten bieten.

CHECKLISTE

Wie plane ich mein neues Institut oder einen Relaunch meines vorhandenen Studios?

- Ist die Location vorhanden, oder suchen Sie aktuell – berücksichtigen Sie die Lage!
- Überprüfen Sie das eigene Portfolio in Abstimmung mit dem vorhandenen Platz.
- Checken Sie Ihre finanziellen Möglichkeiten.
- Nehmen Sie Kontakt mit einem Profi für Raumkonzepte auf.
- Lassen Sie einen individuellen Plan gestalten und umsetzen.
- Nun das Finale: Eröffnung bzw. Neueröffnung Ihres Institutes!

Das **Ankommen und Empfangen des Gastes** im Institut ist die Einstimmung auf die gebuchte Anwendung. Im **Empfangsbereich** sollte die Atmosphäre behaglich und klar strukturiert sein.

Eine einladende Wartezone mit bequemen Sitzgelegenheiten soll die Kunden auf ihren angenehmen Aufenthalt einstimmen. Idealerweise sollte das Produktsortiment von der Wartezone aus gut sichtbar positioniert sein, sodass es dem Kunden ins Auge fällt.

Im Anschluss wird der Kunde in den Behandlungsraum geführt. Der **Wegebereich** dorthin muss **hell und offen** wirken und darf keinesfalls als Ablageort nicht verstauter Dinge dienen. Der Behandlungsraum sollte eine atmosphärische Lichtquelle ha-

„Machen Sie sich Gedanken über die „Reise“ Ihrer Gäste. Alle positiven Eindrücke sind plan- und lenkbar.“

ben und für die Kosmetikerin mit einem professionellen Arbeitslicht (Lupenleuchte) ausgestattet sein.

Das Mobiliar sollte durchdacht und eher sparsam sein. Das benötigte Equipment kann in ergonomischen praktischen Trolleys und Waschtischen verstaut sein.

Im **Behandlungsraum** treffen Hightech und Wissenschaft auf Kosmetik. Der Raum sollte Ruhe, Privatsphäre und Diskretion ausstrahlen. Indirekte Beleuchtung, akzentuiert gesetzt, schafft ein angenehmes Feeling.

Vom Profi für Profis

Konzeptionelle Beratung bei der kompletten Planung und der Umsetzung der Innenraumeinrichtung macht absolut Sinn, um Ihren wirtschaftlichen Erfolg zu sichern. Der Profi bietet individuelle Lösungen unter Berücksichtigung Ihrer Bedürfnisse und Ressourcen. Erfahrene Partner beraten und begleiten Sie von der Idee über die erste Konzeptionierung bis zur Eröffnung – und darüber hinaus. ☐



BERND TÖRKELE

Der Autor ist Geschäftsführer des fast 30-jährigen Unternehmens Fine Line Interior & Design. Seit 2008 liegt sein Fokus auf Gesamtkonzepten für Beauty-Studios, Spas und Praxen. www.fine-line.be

Harmonisch

FÜNF EINRICHTUNGS-TOOLS FÜRS NAGELSTUDIO – Damit sich ein Nagelstudio erfolgreich positionieren und sich von seinen Mitbewerbern abheben kann, sollte ein stimmiges Ladengestaltungskonzept vorhanden sein.

1 Raum-Tool

Da der erste Eindruck bekanntlich zählt, kann man bereits zu Beginn mit einer effizienten Raumaufteilung bewusst ein günstiges Signal senden. Marktforschungsinstitute haben herausgefunden, dass Kunden beim Betreten eines Geschäfts den Blick zunächst schräg nach vorne rechts richten. Das bedeutet für die Gestaltung Ihrer Verkaufsfläche, dass Produkte, die Sie verkaufen möchten, idealerweise rechts hinter dem Eingang platziert werden sollten. Ganz entscheidend ist auch die Auswahl Ihrer Empfangstheke. Optisch sollten sich das Design und die Farbgestaltung an Ihre Räumlichkeiten anpassen. Auch sollte die Empfangstheke nicht so gross sein, dass sie den Raum erdrückt. Haben Sie einen Wartebereich, achten Sie darauf, dass dieser einladend wirkt. Ein kleines Nagelstudio wirkt grösser, wenn das Auge viel leere Fläche wahrnimmt. Stellen Sie die Nageltische in diesem Fall an die Wand und lassen Sie in der Mitte eine grosse freie Fläche. Grosse Nagelstudios sollten klare Zonen schaffen oder Raumteiler nutzen, um den Raum optisch zu verkleinern.

2 Licht-Tool

Auch eine wohnliche und dennoch arbeits-taugliche Beleuchtung will gut geplant sein, denn auch diese entscheidet, ob man sich

in einem Raum wohlfühlt. Warmes Licht und indirekte Beleuchtung schaffen eine Wohlfühlatmosphäre, der Arbeitsplatz dagegen benötigt ein sehr helles Licht. Ideal ist eine Mischung aus verschiedenen Lichtquellen wie eine Deckenleuchte zur Hintergrundbeleuchtung, ein Akzentlicht, wie zum Beispiel beleuchtete Verkaufsregale und eine Arbeitsbeleuchtung in Form einer Arbeitsplatzleuchte.

3 Farb-Tool

Die Farbgestaltung ist so auszuwählen, dass sie zu Ihrem Raumkonzept sowie zu Ihrem Produkt- und Dienstleistungsangebot passt. Bei der Farbauswahl ist zu beachten, dass sich Farben positiv oder negativ sowohl auf die Raumgrösse als auch auf das Empfinden der Kunden und somit auf den Umsatz auswirken können. Helle Farben wirken freundlich und lassen Räume grösser erscheinen. Dunkle Farben hingegen können erdrückend wirken und lassen Räume kleiner erscheinen.

4 Ausstattungs-Tool

Es gibt Ausstattungsgegenstände, die in keinem Studio fehlen dürfen. Das Herzstück ist der Nageltisch und der Arbeitsstuhl. Bei der Auswahl sollten neben optischen auch

ergonomische Aspekte Berücksichtigung finden. Ein Nageltisch sollte eine Arbeitsfläche besitzen, die viel Platz zum Arbeiten und für die wichtigsten Arbeitsutensilien wie zwei Lichthärtungsgeräte, einen Profi-Fräser, eine Arbeitsleuchte sowie Hygiene- und Arbeitsmaterialien bietet. Beistellwagen sind praktische Helfer für einen aufgeräumten Arbeitsplatz.

5 Produkt-Tool

Es ist empfehlenswert, neben Ihren Dienstleistungen auch Produkte zum Verkauf anzubieten. Durch den Produktverkauf schaffen Sie sich eine lukrative Zusatzeinnahme neben Ihren Dienstleistungen. In ansprechenden Aufstellern und Displays können Sie Ihre Waren in Sichtweite des Kunden präsentieren, sodass er auf sie aufmerksam wird und so ist es möglich, ganz nebenbei während Ihrer Dienstleistung eine Produktberatung durchzuführen. □



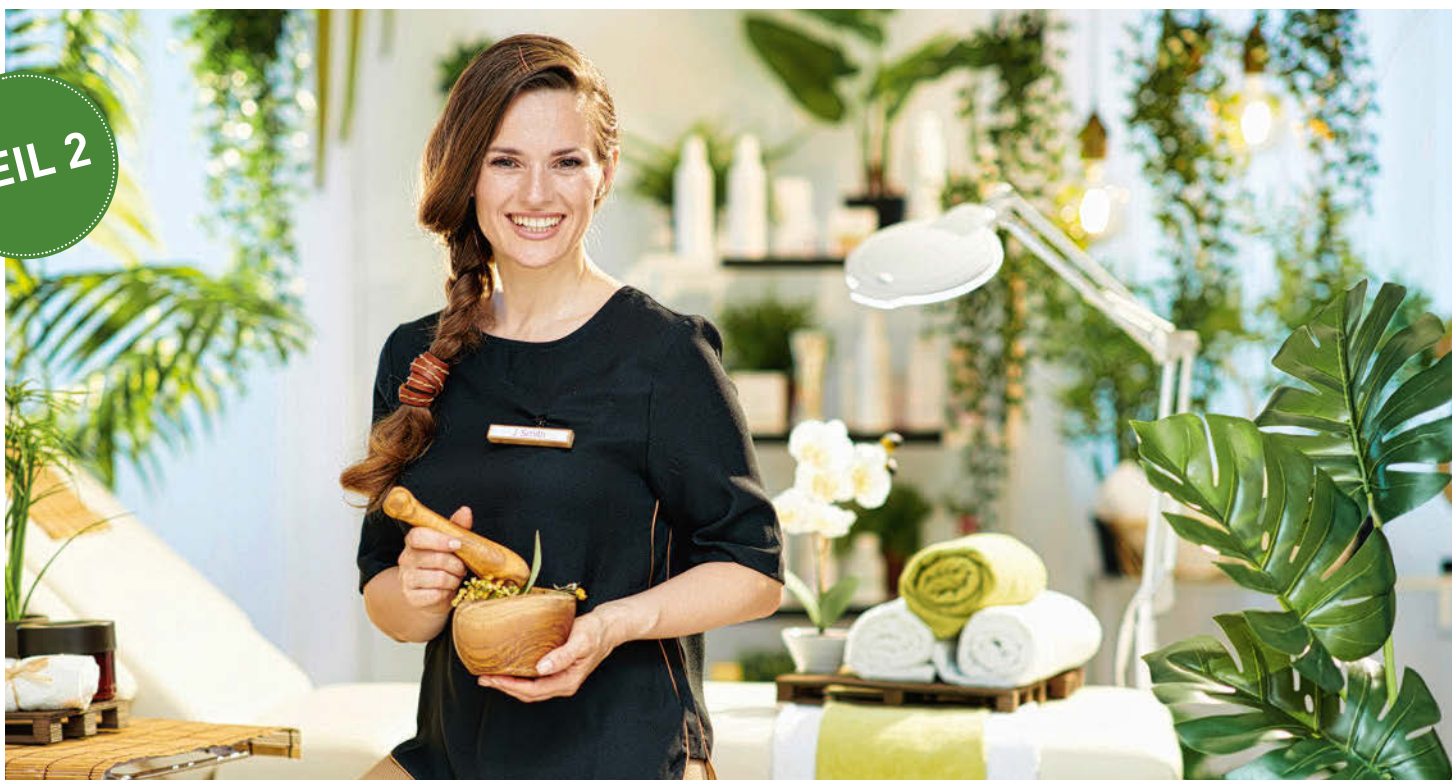
NADINE ENGEL

Die gelernte Verwaltungsfachwirtin hat eine Ausbildung als Kosmetikerin Ayurveda-Massage-Therapeutin absolviert. Zurzeit ist sie als Referentin tätig und baute ihre eigene Kosmetikakademie auf.
www.kosmetik-akademie.eu.

Sinnliches *Erlebnis*

FARBEN UND NATÜRLICHE DÜFTE IM INSTITUT, TEIL 2 – Mit Farben und Gerüchen verbinden wir unterbewusst Stimmungen, Wahrnehmungen und Emotionen von Gefahr bis hin zu Wohlbefinden. Kosmetikerin und Aromatherapeutin Marianne Nick erklärt Ihnen in Teil 2 der Serie, wie Sie mithilfe von Farben und Düften bei Ihren Kundinnen „Vitalität und Lebensfreude“ fördern können.

TEIL 2



Mit erfrischenden, herben Düften und den Farben Grün und Gelb bringen Sie die geballte Kraft der Natur in Ihr Institut. Diese Farben und die dazu passenden Düfte fördern nämlich die Vitalität und Lebensfreude von Ihnen und Ihrer Kundschaft.

Grüne Farb- und Duftwelt

Grün, eine vitalisierende Naturfarbe, symbolisiert Leben, Wachstum und Lebendigkeit. Diese Sekundärfarbe ist eine Mischung aus Gelb und Blau, verbindet also warme und kalte Farbtöne. Die Farbe Grün ist geeignet

für alle Natur-, Umwelt- und Gesundheitsthemen. Sie passt also hervorragend zur Naturkosmetik, zu umweltfreundlichen Produkten und Materialien und zu ganzheitlichen Behandlungen.

1 Grüne Farbnuancen und ihre Wirkung:

Wählen Sie bei der Farbgebung Ihrer Wände und Accessoires aus zwei Farbkombinationen:

– **Dunkelgrün:** wirkt ruhig und souverän; Ihre Räume strahlen Balance und Harmonie aus. Der dunkle Farbton bringt helle Möbel besonders gut zur Geltung. Dazu

Samt- und Cordstoffe, fertig ist der edle Look.

– **Helles Grün:** wirkt frisch und natürlich; die Zimmer spiegeln Erholbarkeit und Regeneration sowie Jugend und Frische wider. Sie und Ihre Kunden fühlen sich so wohl wie bei einem Spaziergang durch den Wald.

2 Die passenden Düfte aus der Natur:

Grün lässt sich bestens mit belebenden Düften wie Salbei, Thymian, Pfefferminze und Eukalyptus kombinieren. Frische, herbe, klare Düfte aus den ätherischen Ölen von Kräutern wirken befreiend und bele-

Foto: Alliance Images/Shutterstock.com

bend. Atmen Sie tief ein und geniessen Sie den Duft. Spüren Sie die wohltuende und kraftvolle Wirkung auf Ihre Atmung.

– **Thymian und Eukalyptus** sind antivirale Raumdüfte. Sie reinigen nachweislich die Raumluft. Verwenden Sie sie als Spray, in einer Duftlampe und in einem -brunnen. Wenige Tropfen genügen, um ein intensives Aroma zu entfalten.

– **Pfefferminze und Salbei** verbessern unreine Haut. Sie können beide ätherische Öle in den Vliesring ihres Vapozone trüpfeln. So wird die Haut des Kunden schon beim Bedampfen desinfiziert. Schmierinfektionen beim Ausreinigen können somit vermieden werden. Und die ätherischen Öle ergänzen Ihre bereits bewährten Produkte und verbessern die Wirkung Ihrer Behandlungen.

– **Salbeiöl** in Pflegeprodukten wirkt adstringierend und reinigend. Es hilft, übermässige Talgproduktion zu regulieren und durch seine antibakterielle Eigenschaft die Haut ins Gleichgewicht zu bringen. Der Name Salbei leitet sich vom lateinischen „salvare“ ab, was übersetzt „heilen“ bedeutet.

Allerdings hat die Anwendung von Salbei auch Kontraindikationen. Da er neurotoxisch wirken kann, darf er nicht bei Kindern, Schwangeren und Epileptikern angewandt werden. Bei guten Naturkosmetikprodukten sollen die Konzentration und somit auch ein eventuelles Risiko niedrig sein. Eine Alternative sind die sanfteren Varianten wie Muskateller- oder Lavendelsalbei.

– **Pfefferminzwasser** wirkt bei fettiger und unreiner Haut entzündungshemmend, antiviral und reinigend. Empfehlen Sie den Kunden die Anwendung morgens und abends als Gesichtswasser nach dem Reinigen. Gemeinsam mit Zitrusölen kann es in der Fusspflege und bei schweren Beinen angewendet werden.

Gelbe Farb- und Duftwelt

Gelbe Räume erinnern an Sommer und Sonne. Sie wirken warm, fröhlich und einladend und schenken uns Energie und Lebensfreude.

1 Gelbe Farbnuancen und ihre Wirkung:

– **Dunkles Gelb:** wirkt luxuriös, edel, extravaganter.

ZITRUSDÜFTE UND IHRE WIRKUNG

Zitrusdüfte sind bei den meisten Kundinnen sehr beliebt – folgende Eigenschaften für die Haut sind besonders hervorzuheben:

- **Limette:** antiseptisch und entzündungshemmend, in leichten Sommerparfums
- **Orange:** durchblutungsfördernd und lymphflussanregend, in Anti-Cellulite-Produkten
- **Bergamotte:** stark antibakteriell und desinfizierend, berühmt geworden durch 4711
- **Mandarine:** hautstoffwechselanregend und immunstimulierend, verspricht süsse Geborgenheit
- **Grapefruit:** durchblutungsfördernd und belebend, gegen Krampfadern und Cellulite
- **Zitrone:** antiseptisch und entzündungshemmend, ideal zur Fusspflege

– **Helles Gelb:** wirkt freundlich, warm, strahlend, leuchtend.

Beide Farbrichtungen strahlen Glück, Optimismus und Leichtigkeit aus. Dadurch tanzen Sie und Ihre Kundschaft auf und fühlen sich rundum wohl. Lassen Sie Ihre Einfälle für eine tolle Dekoration mit Zitrusfrüchten und gelben Farbakzenten sprudeln. Ich bin sicher, Sie finden Tausende schöne Ideen.

2 Die passenden Düfte aus der Natur:

Kombinieren Sie die Zitrusöle mit der Farbe des Lichts: Gelb. Die Farbe wirkt heiter und fröhlich. **Zitrusöle wecken Lebensgeister und zaubern ein Lächeln aufs Gesicht.** Zu ihnen zählen Limette, Orange, Bergamotte, Mandarine, Grapefruit und Zitrone. Die sogenannten Kopfnoten duften circa eine bis zwei Stunden. Sie werden aus den Schalen der Früchte gewonnen. Da die Früchte oft stark gespritzt sind, achten Sie bitte auf Bioqualität. Fruchthige, spritzige Zitrusdüfte sind die pure Lebensfreude und der Stimmungskick für den Tag. Fröhliche, vitalisierende Duftkombination im Institut können Sie gleich mehrfach in Ihre Behandlungen einbauen:

Beduften Sie den Eingang vor jedem Kunden mit einem Raumspray. So fühlen sich die Eintretenden sofort willkommen und gut gelaunt. Verwöhnen Sie sie zu Beginn der Behandlung mit einem wunderbar duftenden und zugleich desinfizierenden Fussbad. Zitrusöle eignen sich hervorragend zu einer erfrischenden Fusspflege. Bieten Sie dem Kunden **aromatisiertes Wasser** an. Studien belegen, dass dadurch mehr getrunken wird. Und das tut dem ganzen Körper und der Haut gut. Dazu nutzen Sie lebensmittelzertifizierte, 100 Prozent naturreine Zitrusöle in Bioqualität und Orangen- sowie Zitronenscheiben.

Wenn Sie ein Geschenk empfehlen, sind Produkte mit Zitrusdüften ideal, da Sie hiermit kaum etwas falsch machen können. Studien zeigen, dass bei 98 Prozent der Menschen Zitrusdüfte sehr beliebt sind. Schauen Sie doch einfach mal auf die INCI-Liste Ihrer Produkte und überraschen Sie Ihre Kunden mit Ihrem Fachwissen und einer guten Beratung. Die Kunden werden sich gerne wieder Geschenktipp und Produkte bei Ihnen holen, wenn Ihre Präsentation gut ankommt.

Kräuterstempelmassage

Sie haben gerade Ihr Kosmetikinstitut renoviert und in sanften Grün- und warmen Gelbtönen gestrichen? Dann überraschen Sie doch Ihre Kunden mit **Kräuterstempelsagen**. Die Stempel sind aus Seide oder Leinen. Sie werden mit entsprechenden Kräutern gefüllt, erwärmt und in Öl getränkt. Aktivkräuter und Zitrussträucher gibt es in kleinen (für Gesichts-) und in grossen Stempeln (für Körperanwendungen). Durch die Kombination aus Wärme, ätherischen Ölen und Düften der Kräuter verbessern sie die Hautstruktur, entschlacken, lösen Verspannungen und pflegen. □



MARIANNE NICK

ist seit 25 Jahren in der Branche tätig. Ihr Schwerpunkt liegt im Bio- und Naturkosmetikbereich. Sie ist als Seminarleiterin, Autorin von Kosmetikeratgebern und Aromaexpertin tätig. www.mn-naturkosmetik-undaromatherapie.de



Ein eingespieltes Team: Gründerin und Inhaberin von Miracle Beauty Mihaela Rankova (rechts) mit ihrer Mitarbeiterin Viktoria Rau.

Junge **Frauenpower**



INSTITUT DES MONATS: MIRACLE BEAUTY



Mihaela Rankova ist eine ehrgeizige, junge Kosmetikerin und Unternehmerin, die sich 2019 den Traum vom eigenen Institut mit Miracle Beauty in Zürich erfüllte. Spezialisiert ist sie auf Microblading und apparative Kosmetik. Sie liebt die Abwechslung und ist immer daran, weitere Pläne für ihr Institut zu schmieden – auf den folgenden Seiten verrät sie, welche.



Im stylischen Wartebereich beginnt die Entspannung für die Kundinnen mit Edelsteinwasser und Kaffee.

Nur wenige Minuten vom Zürcher Hauptbahnhof entfernt, in der Weinbergstrasse, führt Mihaela Rankova ihr Kosmetikinstitut Miracle Beauty. In den grosszügigen Räumlichkeiten im Jugendstil, mit original holzvertäfelten Wänden und schönem Stuck, begrüßen die junge Kosmetikerin und Inhaberin und ihre Mitarbeiterin Viktoria Rau ihre Gäste. Im lichtdurchfluteten Wartezimmer beginnt die Entspannung bereits auf der dunkelgrünen Samtcouch, bevor man in den Genuss einer Behandlung bei Miracle Beauty kommt. Die Gäste erhalten zur Begrüssung ein Mini-Handtuch, das, mit duftendem Wasser übergossen, aufquillt und die Hände erfrischt.

Wer einen Kaffee wünscht, hat nicht nur die Qual der Wahl bei den Sorten, sondern auch bei den Süssungsmitteln: Ob klassischer Zucker, Stevia, Honig oder karamelliger Kokosblütenzucker – hier kommt jeder auf seinen Geschmack. Edelsteinwasser, Gebäck, Schokolade und Süssigkeiten runden das Begrüssungsritual ab.

Schönheit bedeutet Kreativität

Mihaela Rankova wusste schon früh, was sie will, denn ihre Leidenschaft galt seit Kindertagen der Schönheit. Seit sie 11 Jahre alt ist, schminkte sie sich, erzählt die Zürcherin. Als Jugend-

liche sammelte sie verschiedene Erfahrungen in unterschiedlichen Praktika, unter anderem in der Kosmetik und als Coiffeuse. „Als ich damals in die Kosmetik schnupperte, sagte mir die Ausbildung nicht ganz zu. Ich vermisste die Kreativität und hatte nicht so viel Spass an klassischen Themen wie Haarentfernung oder Nägelfeilen. Sobald es um Geräte ging, war ich gleich viel interessierter“, erzählt sie.



Die drei Behandlungskabinen sind in unterschiedlichen Farben gehalten. Hier zu sehen ist die Kabine für Gesichtsbehandlungen.



Die Babor-Produktwand präsentiert den Kunden elegant das Produktangebot.

- Klassische Kosmetik ist mir nicht genug. Ich liebe es stattdessen, mit Geräten zu arbeiten und die Ergebnisse direkt zu sehen! •



Um ihre Kreativität und Leidenschaft für Beauty umsetzen zu können, absolvierte die gelernte Kauffrau 2014 als Klassenbeste die Visagistenausbildung bei der Beauty & Style Academy in Zürich. 2015 begann Sie bevorzugt Bräute für Hochzeiten zu schminken. Heute ist sie besonders auf Hochzeiten im Ausland spezialisiert.

Nie wieder abschminken

Wenn Mihaela Rankova ihre Pinsel auspackt, sind ihre Kundinnen begeistert: „Immer wieder bekam ich das Feedback: ‚Wow dein Make-up ist so schön, ich sehe aus wie die bessere Variante von mir selbst. Am liebsten möchte ich mich gar nicht mehr abschminken!‘“ Dies brachte die Unternehmerin und Visagistin auf die Idee, den nächsten Schritt in ihrer Karri-

ere zu gehen: Sie schloss mehrere Kurse bei der weltweit anerkannten Phi-Brows Academy ab. Auch Weiterbildungen im Bereich Permanent Make-up in Los Angeles, Microblading sowie Microneedling besuchte sie daraufhin und krönte all dies mit dem Diplom zur Kosmetikerin. Seit Mihaela Rankova damit begann, Microblading anzubieten, **machte sie sich als Phi-Artistin auch weit über die Grenzen von Zürich hinaus einen Namen.** „Einige meiner Kundinnen nehmen weite Anfahrtswege auf sich, um zu mir zu kommen. Das freut mich natürlich besonders“, strahlt die Geschäftsfrau. Für Menschen, die wegen krankheitsbedingten Haarausfalls in die Weinbergstrasse kommen, bietet Mihaela Rankova ihre Microblading- und Permanent-Make-up-Behandlungen kostenlos an. Ganz nach dem Motto: Pay with a smile!



Mit Ehrgeiz und Eifer

Mihaela Rankova ist eine Perfektionistin und Powerfrau. Angefangen mit dem ersten Studio in einer Zürcher Einzimmerwohnung bis hin zu ihrem 100 Quadratmeter grossen Institut, das sie 2019 eröffnete, arbeitete sie von Anfang an hart für ihren Erfolg. „Bis letztes Jahr habe ich mich noch querfinanziert, indem ich an der Universität beim Dekanat der rechtswissenschaftlichen Fakultät tätig war. Nebenbei habe ich an Hochzeiten geschminkt und mein Institut aufgebaut. **Eine 6-Tage-Woche ist für mich daher ganz normal.**“

Und auch heute ist die ehrgeizige Kosmetikerin gewohnt, im Schnitt zehn Stunden im Institut sowie zwei bis drei Stunden im Anschluss daran Zuhause pro Tag zu arbeiten. „Bis vor Kurzem war Miracle Beauty wirklich eine One-Woman-Show. So habe ich mich auch um die Website selbst gekümmert. Diese erhält nun aber ein Revamp von einem Spezialisten und wird in neuem Look noch in diesem Frühjahr lanciert.“ Seit einigen Monaten unterstützt die diplomierte Kosmetikerin Viktoria Rau sie ebenfalls im Institut, in dem sie hauptsächlich Gesichtsbehandlungen anbietet. Bei Miracle Beauty kann man aber nicht nur Kosmetikbehandlungen buchen: **Kundinnen können ihr Beauty-Erlebnis auch mit Freundinnen teilen und Events wie Geburtstage, Junggesellinnenabschiede oder eine Ba-**

by-Shower buchen. Damit das Erlebnis perfekt wird, kümmert sich die junge Unternehmerin gerne auch um Torten, Catering, Blumensträusse oder Dekoration. Auch Schminkkurse können bei ihr gebucht werden. „Im letzten Jahr hatte ich sogar einige Männer, die einen Make-up-Kurs besucht hatten, da sie einfach wissen wollten, wie sie ihr Aussehen auf natürliche Weise verbessern können.“

Neue Abenteuer

Wer Mihaela Rankova kennenlernt, merkt schnell: Die selbstsichere Kosmetikerin ist auf Zack! „**Mir wird schnell langweilig, deshalb brauche ich häufig Abwechslung**“, erklärt sie. Dank ihrer Ideen und ihrem Anspruch, sich stetig weiterzuentwickeln, ist das für sie ein Leichtes. Neue Projekte stehen auch jetzt wieder an: „Zu unserer neuen Webseite wird sich auch ein eigener Onlineshop gesellen, in dem wir eigens geschnürte Produktpakete anbieten können.“ Besonders beliebt ist der Päckli-Service, erklärt Mihaela Rankova. „Mit diesem Service bieten wir unseren Kundinnen die Möglichkeit, Geschenke direkt und schon hübsch verpackt

an ihre Liebsten zu senden. Die Kundin muss sich um nichts mehr kümmern!“ Der grösste Plan für die Zukunft? **Ein Nagelstudio zu eröffnen**, in dem Nail-designerinnen per Stuhlmiete arbeiten können. „Ich werde so häufig gefragt, wo ich meine Nägel machen lasse. Daher möchte ich eine Adresse bieten können, bei der die Qualität, der Service und die Wellnessatmosphäre stimmen.“ Wenn Mihaela Rankova selbst zur Pediküre geht, dann möchte sie dazu ein Glas Champagner und eine Fussmassage geniessen: „Für mich gehört dieser Moment des Luxus‘ und der Entspannung einfach dazu – das möchte ich auch meinen Kundinnen bieten.“

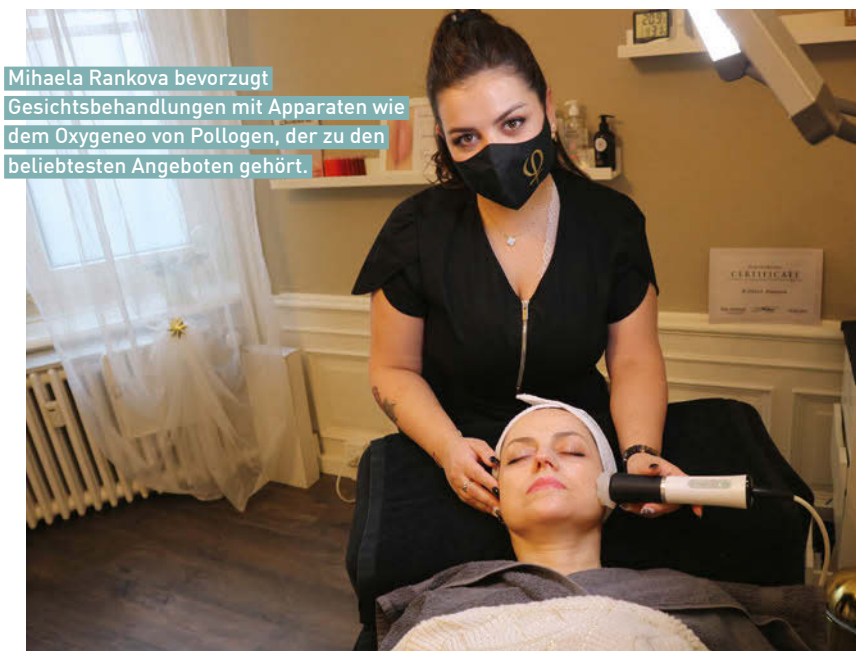
Die Unternehmerin erklärt weiter: „Selbstständigkeit ist ein riesiger Motivations-Boost, deshalb ist es mir wichtig, dass die Nageldesignerinnen auf selbstständiger Basis arbeiten können.“ Langweilig wird es Mihaela Rankova also so schnell nicht! □

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



Mihaela Rankova bevorzugt Gesichtsbearbeitungen mit Apparaten wie dem Oxygeneo von Pollogen, der zu den beliebtesten Angeboten gehört.



FAKTEN

Eröffnet: 1.12.2019

Inhaberin: Mihaela Rankova

Ausbildung:

Dipl.-Kosmetikerin,
Phi-Artistin, Microblading

Behandlungsschwerpunkte

PMU, Medical Beauty,
Gesichtsbehandlungen,
Haarentfernung

Mitarbeiterinnen:

1 Vollzeitkosmetikerin

Räumlichkeiten:

circa 100 m², 3 Kabinen,
1 Büro-, Pausen-
und Eventraum

Marken:

Babor, Environ, Pollogen

Geräte:

Oxygeneo, Divine Pro Facelift,
Plasma Pen, Sapphire 3 Max,
HydraGlow, PhiLaser,
Microneedling

Beliebte Behandlungen:

Microblading, & PMU, Oxygeneo und Laserhaarentfernung

Kosten:

Ausstattung:
CHF 100'000



KONTAKT

Miracle Beauty

Weinbergstrasse 94,
8006 Zürich

www.miraclebeauty.ch

Instagram: @miraclebeauty.ch

Souverän durch *die Krise*

RICHTIG KOMMUNIZIEREN IN SCHWIERIGEN SITUATIONEN – Unvorhergesehenes, das Sie und Ihr Unternehmen vor Herausforderungen stellt, kann jederzeit eintreten. Wie Sie sich auf den Ernstfall vorbereiten, damit Sie mit guter Kommunikation durch die Krise navigieren können, erklärt Kommunikationsexpertin Sereina Schmidt.



Foto: fizkes/Shutterstock.com

Mich und mein Unternehmen trifft es garantiert nicht. Diesen Satz hört man immer wieder, wenn es um Krisenkommunikation geht. Ein verhängnisvoller Fehler. Denn ist die Krise erst einmal da, fehlt der Blick fürs Wesentliche und Fehler. Übrigens: Auch kommunikative Fehler passieren! Dabei kann man sich auf viele Krisen kommunikativ vorbereiten.

Es kann jeden treffen

Sie führen ein kleines Kosmetikstudio mit zwei Mitarbeiterinnen. Sie als Inhaberin müssen zur Kenntnis nehmen, dass Ihre beste Mitarbeiterin kündigt und sich selbstständig macht. Schon bald bemerken Sie, dass Sie neben dem Corona-Problem noch eine ganz andere Herausforderung zu bewältigen haben: Ihre beste Mitarbeiterin hat fast 40 Prozent Ihrer Kunden mitgenommen. Zusammen mit dem coronabedingten Umsatzeinbruch sehen Sie sich vor ernststen Problemen. Sie sind gezwungen, eine Mitarbeiterin zu entlassen. Doch wie kommuniziert man das alles den Kunden? Und hätte man vielleicht schon den Weggang der Mitarbeiterin kommunizieren sollen?

Ein anderer Fall zum Thema Krisenkommunikation könnte eintreten, wenn eine Kundin sehr unzufrieden ist und ihrem Ärger auf Bewertungsplattformen und auf Social-Media-Plattformen Luft macht.

Die wichtigste Botschaft zum Thema Krisenkommunikation lautet: **Es kann jedes Unternehmen treffen.** Sie haben genau zwei Möglichkeiten:

- 1 Sie glauben, dass es unwahrscheinlich ist, dass Sie in eine Krise kommen, und vertrauen auf Gott, Ihr Bauchgefühl, Ihren guten Ruf oder Ihr Erspartes auf der Bank.
- 2 Sie befassen sich mit Krisenkommunikation, analysieren mögliche Krisenfälle und bereiten sich so gut wie möglich darauf vor. Natürlich hoffen Sie, dass der Ernstfall nie eintrifft. Aber wenn er eintrifft, sind Sie vorbereitet.



Überlegen Sie sich im Vorfeld, welche Schwachstellen Ihr Unternehmen hat und was für Sie zu einer Krise werden könnte.

Im zweiten Fall sind Sie ganz klar im Vorteil, denn Sie können Ihre Prozesse und Ihre Kommunikation besser optimieren, weil Ihnen die Schwachstellen Ihres Unternehmens dadurch bewusster sind.

Phase 1: Wo sind ich und mein Unternehmen angreifbar?

Zwei Fälle sind oben bereits beschrieben, die fast in jedem Unternehmen der Beauty-Branche passieren könnten. **Überlegen Sie sich, welche Fälle sich für Sie zur Krise ausweiten könnten.** Beschreiben Sie auch, was schlimmstenfalls passieren könnte. Macht sich Ihre beste Mitarbeiterin selbstständig und Sie als Unternehmerin kommunizieren falsch (machen sie schlecht oder schmälern ihre Leistungen), werden Sie sehr schnell als arrogant und überheblich angesehen, was Ihrem Ruf schadet und sich sehr schnell negativ auf Ihre Terminbuchungen auswirken kann.

Phase 2: Der Krisenplan

Überlegen Sie sich jetzt zu jedem möglichen Krisenfall, wie Sie optimal

vorgehen würden. Wie, in welcher Form und zu welchem Zeitpunkt würden Sie informieren? **Gerade in stürmischen Zeiten kommt es sehr darauf an, dass Sie sehr schnell kommunizieren.** Welche Fragen könnten Ihnen gestellt werden, und wie reagieren Sie darauf? Erstellen Sie deshalb einen Fragen- und Antwortenkatalog.

Natürlich machen Sie sich auch Gedanken darüber, wie Sie es verhindern können, dass diese Krise eintreten kann. Dies ist nicht immer möglich, aber in gewissen Fällen können Sie heute schon Vorkehrungen treffen, dass die Wahrscheinlichkeit dieser Krise abnimmt. Sie können zum Beispiel heute schon stark auf Social Media vertreten sein und so Ihre eigene Community aufbauen. Gibt es dann einmal eine unzufriedene Kundin, die Sie auf Social Media anfeindet, ist dies weniger schlimm. Nehmen Sie dann gekonnt und richtig Stellung, werden Ihre begeisterten Kundinnen dies entsprechend kommentieren und honorieren. Sie können dann von Ihrem vorher einbezahlten Goodwill-Konto beziehen.

- Auch wenn Sie zu etwas Wichtigem nicht Stellung nehmen, kommunizieren Sie. Machen Sie Kommunikation und Krisenkommunikation daher zur Chefsache.

Phase 3: Auswirkungen auf Ihre Kommunikation

Die beste Vorbereitung in der Krisenkommunikation ist die Investition in eine solide Kommunikation in guten Zeiten. Sie bauen Reputation, Vertrauen und Goodwill auf, indem Sie persönlich, nutzenorientiert und authentisch kommunizieren.

- **Zeigen Sie sich menschlich**, authentisch und persönlich in Ihrer Kom-





Stellen Sie einen Krisenkommunikationsplan für verschiedene Szenarien auf, damit Sie für den Ernstfall gerüstet sind.

munikation. Nur so wirken Sie glaubwürdig.

- **Kommunizieren Sie** (implizit und explizit) **Ihre Werte**, Ihre Einstellung, wie Sie denken und handeln.
- **Übernehmen Sie immer die Verantwortung** und beschuldigen Sie keine Dritten. Auch in schwierigen Zeiten wollen wir verantwortungsvolle Unternehmerinnen sehen.
- **Erzeugen Sie kein Mitleid**. Das schwächt Sie und Ihre Reputation.
- **Seien Sie grosszügig** mit sich und anderen.
- **Kommunizieren Sie regelmässig**. Sei das über Social Media, über Ihre Website oder Ihren Newsletter. Bringen Sie auch da nicht zu viel Werbung, sondern Nutzen.

Denken Sie nicht nur an Ihre Kunden

Wenn Sie Mitarbeitende haben, dürfen Sie diese in der Kommunikation nicht vergessen. Mehr noch: Kommunizieren Sie zuerst mit diesen. Treten Sie dabei selbstbewusst und entschieden auf und kommunizieren Sie klar, ehrlich und menschlich. **Ihre Mitar-**

beitenden sind im besten Fall Ihre Verbündeten und helfen Ihnen in guten wie auch in schlechten Zeiten. Dies bedingt natürlich, dass Sie vorab bereits ein Klima gegenseitiger Wertschätzung aufgebaut haben.

Akutphase

Kommt es zu einer Krise, müssen Sie sich dem Problem und dem Dialog stellen. **Geben Sie eigene Fehler zu und vertuschen Sie nichts**. Wenn Sie vorbereitet sind, können Sie jetzt Ihren Krisenplan anpassen und abarbeiten. Sie sind so sicherer, dass Sie nichts Wesentliches vergessen haben und die richtige Reihenfolge der Kommunikation einhalten.

5 Fehler in der Krise

- 1 Ich warte mal ab oder kommuniziere gar nicht.
- 2 Wenn es so weit ist, schreibe ich dann einfach irgendetwas.
- 3 Ich muss mich jetzt um mich und mein Unternehmen kümmern, die Mitarbeitenden sollen jetzt mal selbstständig sein.

- 4 Wenn meine Mitarbeiterin Mist baut, dann ist das eben so. Da muss ich als Unternehmerin nicht den Kopf herhalten.
- 5 Es muss hauptsächlich gut klingen, da darf ich auch mal etwas erfinden oder eine Notlüge einbauen.

Vergessen Sie nicht: Sie als Unternehmerin tragen stets die Verantwortung.

Fazit

Sie können die Führung in einer Krise nur dann übernehmen, wenn Sie einen konkreten Plan haben und wissen, auf was es im Moment ankommt. In Krisenzeiten liegen die Nerven blank, und man hat nicht mehr den übergeordneten Blick auf das Ganze. Aber gerade in solchen Situationen zählt jede Kleinigkeit, die Sie tun oder eben nicht tun. **Sie können nämlich in einer Krise auch gewinnen, indem Sie gekonnt, persönlich und gewinnend kommunizieren**. So nimmt man Sie als Führungspersönlichkeit und erfahrene Unternehmerin wahr. Wir konnten diesen Umstand in der Corona-Pandemie sehr gut beobachten: Es gab Unternehmer, welche die Verantwortung auch in schwierigen Situationen übernahmen und gut kommunizierten, und andere Unternehmer, welche sich täglich als Opfer darstellten. Die Frage ist: Bei welchem Unternehmer möchten Sie in Zukunft noch Kunde sein?

Wie schon der Philosoph und Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick meinte, **kann man nicht nicht kommunizieren**. Auch wenn Sie zu etwas Wichtigem nicht Stellung nehmen, kommunizieren Sie. Machen Sie Kommunikation und Krisenkommunikation zur Chefsache. Kommunikation ist alles – nicht nur in Krisenzeiten. □



SEREINA SCHMIDT

Die Autorin ist Kommunikationsprofi und spezialisiert auf Krisenkommunikation und CEO-Reputation. Ihre Stärke ist die transparente und ehrliche Beratung von Unternehmern, Beiräten, Stiftungs-, Gemeinde- und Stadträten. www.schmidt.ch

Grüne Zukunft

3 FRAGEN AN – Nachhaltigkeit ist kein gehypter Marketingtrend, auf den es aufzuspringen gilt. Es ist der einzige Weg, unser Klima auch für die nächsten Jahre sowie Jahrhunderte zu stabilisieren. Welche Möglichkeiten Unternehmen haben, sich für eine bessere Zukunft zu engagieren, und wie speziell der Kosmetikkonzern Babor dies bereits umsetzt, haben wir von der Gesellschafterin und Mitinhaberin Isabel Bonacker erfahren.

ZUR PERSON



ISABEL BONACKER

ist Juristin, war von 1992 bis 1998 Engagement Manager bei McKinsey und hat von 2008 bis 2013 das Ashoka Support Netzwerk geleitet. Sie ist Gesellschafterin und Mitinhaberin des Kosmetikkonzerns Babor und dort seit 2013 die stellvertretende Vorsitzende des Verwaltungsrats.

1 BEAUTY FORUM: Was genau macht die neue Babor-Kosmetikfabrik so nachhaltig?

Isabel Bonacker: Bereits beim Neubau am Headquarter in Aachen haben wir uns hohen Nachhaltigkeitsstandards verschrieben, zum Beispiel durch den Einsatz von Geothermie und energieeffizienten Baukomponenten.

Mit unserer neuen Kosmetikfabrik wollen wir noch einen draufsetzen. Das gesamte Gebäude wird quasi ein Niedrigenergiehaus mit Energie-Effizienzstandard KfW 40 – allein das ist schon ungewöhnlich für einen

industriellen Bau. Wenn die Fabrik läuft, wollen wir mittelfristig ohne fossile Brennstoffe auskommen und weitestgehend energieautark arbeiten. Das wollen wir über Photovoltaik, Wärmepumpen, Wärmerückgewinnung und – hoffentlich – den Einsatz von Wasserstofftechnologie lösen.

Wir meinen es ernst mit unserer Green Agenda. Sie sieht vor, dass wir bis 2025 50 Prozent weniger CO₂-Emissionen haben.

2 Was bedeutet Nachhaltigkeit für Babor im Speziellen?

Nachhaltigkeit ist tief verwurzelt in der Babor-DNA. Gegründet wurde das Unternehmen als „biomedizinische Naturkosmetik“ – ein wertschätzender Umgang mit der Natur gehörte schon zur Marke, als es den Begriff Nachhaltigkeit noch gar nicht gab. „Medizinische“ Kosmetik, „bio“ und „Natur“ – das war damals alles nicht en vogue, und das Kosmetikunternehmen war seiner Zeit voraus.

Heute sind wir in der dritten Generation des Familienunternehmens angekommen und haben uns mit unserer Green Agenda 2020 ein ehrgeiziges Ziel gesetzt. Hier geht es um die Reduktion von CO₂-Emissionen, ökologisches Packaging und um noch nachhaltigere Ingredientien. Alle diese Punkte sind mit objektiv messbaren Kennzahlen hinterlegt, sodass wir unsere Fortschritte jederzeit überprüfen können. Unsere CO₂-Emissionen tracken wir zum Beispiel tagesaktuell über ein Dashboard – für das wir gerade den Responsible Care Preis des Verbands der chemischen Industrie gewonnen haben. Auch über die „grüne“ Nachhaltigkeit hi-

naus sind wir uns unserer Verantwortung bewusst – als Familienunternehmen geht es auch um nachhaltiges Wirtschaften und soziale Verantwortung, die klassischen ESG-Themen also.

Mit einigen Partnern und Mitarbeitern sind wir seit Jahrzehnten verbunden, in der Region sind wir gerne fest verankert. Denn auch das zeigt die neue Babor-Kosmetikfabrik. Wir investieren mit dem Neubau 60 Millionen Euro in gute sowie nachhaltige Arbeitsplätze, damit wir langfristig gemeinsam wachsen – und ich spreche hier nicht nur vom Unternehmen. Wir selbst sind mit dieser Region und vor allem mit den Mitarbeitern, die aus dieser Region kommen, verbunden. Schon unser Grossvater sagte: Die Mitarbeiter sind das Herzstück des Unternehmens.

3 Was sind Tipps für die Kosmetikerin, die Nachhaltigkeit in ihrem Institut umsetzen will?

Jede Kosmetikerin ist auch eine Unternehmerin. „Etwas unternehmen ...“ steht quasi in ihrer Jobbeschreibung, und das gilt auch für das Thema Nachhaltigkeit. Ich bin fest überzeugt davon, dass Unternehmen nur dann erfolgreich sein können, wenn sie nachhaltig arbeiten. Viele unserer Partnerinnen engagieren sich in ihrer Region, pflegen langjährige Partnerschaften, organisieren Clean-Ups oder Beauty-Workshops für Krebspatientinnen. Kommen Sie also „ins Machen“. Und dann: Sprechen Sie über das, was Sie tun, und das, was ihr Depotpartner tut. □

Das Interview führte Maxi Goewe.

Serviceorientiert verkaufen

SO GELINGT DER ZUSATZVERKAUF – Viele Kosmetikerinnen scheuen sich davor, Ihrer Kundin neben Behandlungen auch Produkte zu verkaufen. Sie fürchten, damit aufdringlich zu wirken, oder glauben, aktives Verkaufen habe einen negativen Beigeschmack. Wenn es Ihnen genauso geht, ist dieser Gastartikel genau der richtige für Sie!



Viele Beauty-Dienstleisterinnen teilen ein Problem: Sie trauen sich nicht, ihre Dienstleistungen oder Verkaufsprodukte an die Kunden zu bringen. „Verkaufen ist etwas Schlechtes“, sagen sie. „Ich bin keine Verkäuferin“ oder „Ich will nicht aufdringlich erscheinen“. Diese Aussagen hört man häufig, wenn man mit Kosmetikerinnen über das Thema Verkauf spricht. Unglaublich viele Beauty-Unternehmerinnen haben dieses Mindset, das im vollkommenen Widerspruch zur ausgeprägten Servicementalität unserer Branche steht. Höchste Zeit, endlich umzudenken!

Wir kaufen gern

Verkaufen, genauso wie Kaufen, ist etwas ganz Alltägliches. **Shopping ist eine beliebte Freizeitbeschäftigung**, und besonders wir Frauen lieben es, uns etwas Schönes zu gönnen. Kein Wunder, denn Einkaufen entspricht kleinen „Wunscherfüllungen“ und löst Glücksgefühle in uns aus. Möchte ich als serviceorientierte Fachfrau nun meinen Kunden solch tolle Erfahrungen verwehren? Natürlich nicht! Im Gegenteil: Verkaufen geht auch ganz natürlich – und indirekt! Das eigene Mindset gegenüber dem Verkaufen kann man ändern. Sein verkäuferisches Geschick sollte, und kann man üben.

Das richtige Mindset

Angefangen wird bei den eigenen Vorurteilen gegenüber dem Verkaufen. Jeder ist schon mal einem aufdringlichen Verkäufer begegnet oder musste insgeheim die Augen rollen, als ein Fachverkäufer im Verkaufsgespräch eine Floskel nach der anderen von sich gab. Doch Verkaufen bedeutet nicht, irgendwem irgendwas anzudrehen. **Beim Verkaufen geht es darum, dem Menschen, der mit einem Anliegen zu einem gekommen ist, zu helfen** – und zwar mit etwas, das ihn in seinem Alltag unterstützen, ihm Freude bringen oder ein Problem lösen wird. In diesem Fall ist die Beauty-Dienst-

Foto: Garnet Photos/Shutterstock.com

leisterin die Problemlöserin. Um den Zusatzverkauf im eigenen Institut anzukurbeln, braucht es also nichts mehr als nur einen Perspektivenwechsel, etwas Zeit und natürlich Übung.

Bereiten Sie sich vor

Als Beauty-Unternehmerin galant zu verkaufen geht, indem man sich vorab Gedanken macht. Besonders im Beauty-Bereich kennt man viele seiner Kunden oft seit längerer Zeit. Da macht es Sinn, sich vor einer Behandlung zu überlegen, was der Kundin, ausser der gebuchten Behandlung, noch helfen würde.

Wünscht sich eine Kundin zum Beispiel ein besseres Hautbild bei trockener Haut, gibt es eine Vielzahl an Möglichkeiten, derer sich die Kundin allerdings gar nicht bewusst ist. Jetzt liegt es an der Beauty-Dienstleisterin, kompetent darüber zu informieren und eingehend zu beraten.

Im Voraus der Beauty-Behandlung, vielleicht bereits **am Abend vor der Behandlung, sollten Sie sich also bereits Gedanken darüber machen, welche Ihrer Verkaufsprodukte der Kundin helfen würden.** Gibt es vielleicht eine Kombination von Produkten, die perfekt für sie wären und die Sie im Package anbieten könnten? Wenn man im Flow der Begrüssung, Behandlung und Verabschiedung schnell vergisst, dass man ja ein Produkt anbieten wollte, ist es ratsam, sich eine Notiz in der Kundenakte zu machen und den regelmässigen Blick in die Akte in seinen Arbeitsalltag einzubinden. Die Notiz geht entweder stichpunktartig oder auch im genauen Wortlaut, je nach Vorliebe und was für Sie in einem solchen zunächst „stressigen“ Moment am meisten hilft.

Vor der Behandlung studieren Sie dann also noch einmal, was Sie sich notiert haben. Nun können Sie ganz gezielt und gut vorbereitet das Verkaufsgespräch beginnen.

Die Ziele der Kundschaft unterstützen

Zurück zur Kundin mit der trockenen Haut: Sie sind sich fast sicher, dass die Kundin Zuhause kaum etwas gegen das trockene Hautbild unternimmt. Stattdessen fangen Sie mit jeder monatlichen Behandlung wieder von Neuem an, was weder für Sie noch

für Ihre Kundin zielführend ist. Während die Kundin zur Behandlung auf der Liege ruht und Sie gegebenenfalls nochmals in die Kundenakte geschaut haben, können Sie das Thema ganz ungezwungen anbringen: „Du plagst dich ja nun schon eine Weile mit deiner trockenen Haut herum. Ich habe da ein Serum im Regal, das würde ich dir gerne ans Herz legen. Ich glaube wirklich, wenn du es in deine abendliche Beauty-Routine einbaust, würde dein Hautbild viel besser werden. Die Behandlung, die wir hier monatlich machen, würde dadurch optimal unterstützt!“

Alles, was die Kundin in diesem Moment zu tun hat, ist, ihr Interesse zu bekunden oder „Nein danke“ zu sagen. Und warum sollte sie nicht interessiert sein? Ihre Problematik ist die trockene Haut, wegen der sie sich einmal im Monat in Ihre fähigen Hände zur Gesichtsbehandlung begibt.

Ist das Interesse bei der Kundin geweckt, können Sie noch weiter auf das Thema eingehen: „Was benutzt du denn als Reinigungsgel? Oh? Das enthält meines Wissens nach, einen Wirkstoff, der bei trockener Haut nicht ideal ist. Hast du Interesse, mal eine andere Produktreihe auszuprobieren? Ich habe wirklich gute Erfahrungen damit gemacht. Ich könnte dir einen Package-Preis machen, dann kannst du die Produkte ausprobieren.“ Auch hier steht es der Kundin wieder frei, Ja oder Nein zu sagen.

Verkaufen bedeutet, Probleme zu lösen

Nicht anders verhält es sich mit dem Verkauf von Behandlungen. **Wenn Sie eine neue, passende Dienstleistung in Ihr Behandlungsmenü aufnehmen, wird sich eine Kundin freuen, davon zu hören, auch wenn sie erst einmal kein Interesse daran hat, diese zu buchen.** Ein entsprechender Wortlaut könnte dann sein: „Ich mache bald ein neues Training zu [Behandlung]. Dabei geht es um [Effekt der Behandlung]. Es ist meiner Meinung nach wirklich vielversprechend, und ich freue mich schon sehr darauf, die Behandlung zu lernen und hier anbieten zu können. Wenn du das nächste Mal da bist, kann ich dir mehr berichten.“

Die neue Behandlung ist nun im Kopf der Kundin. Beim nächsten Besuch wird das Thema erneut aufgegriffen: „Hattest du

nicht gesagt, [deine Pigmentflecken] stören dich? Ich habe jetzt eine Schulung gemacht. Hatte ich dir davon erzählt?“ Oder Sie schlagen zwei Fliegen mit einer Klappe und bieten Ihrer Kundin an, Modell zu sein. So haben Sie im Nachhinein noch Vorher/Nachher-Bilder für die eigene Website – **also eine Win-win-Situation für beide Seiten:** Ihrer Kundin ist geholfen, und Sie freuen sich über einen gesteigerten Umsatz oder über neues Material für das Marketing Ihrer neuen Dienstleistung.

Fazit

Das Wichtigste beim Verkaufen ist, zu verstehen, dass es nichts Schlechtes ist. **Es ist ein normaler und sehr wichtiger Teil eines jeden Business.** Seine eigenen Überzeugungen muss man dabei nicht verraten! Jede Kosmetikerin möchte ihren Kunden helfen – und mit dem Verkaufen kann sie das. Zurückhaltung ist also komplett fehl am Platz.

Liebe Beauty-Dienstleisterinnen, ich ermutige Sie alle dazu, es auszuprobieren und zu sehen, was passiert. Viel mehr als „Nein“ sagen kann Ihre Kundschaft nicht, das ist also das Schlimmste, was passieren kann! Und das beste Ergebnis ist, dass Sie mehr Umsatz in der Kasse haben und Ihre Kundin happy mit ihrem verbesserten Hautbild oder der Lösung eines anderen Problems ist. □



RABEA KÜHN

Die Autorin ist Beauty-Expertin, Gründerin und Inhaberin der Blashy Brow and Lash Bar sowie der Blashy Beauty Academy in Zürich sowie des dazugehörigen Onlineshops. www.blashyshop.com



MEHR ERFAHREN – ONLINE GEHEN!

Exklusiv für Online-Abonnenten: Ein kostenloses E-Book unserer Autorin zum Thema „Sales in der Beauty-Branche“ finden Sie auf unserer Internetseite unter www.beauty-forum.ch. Geben Sie einfach die Nummer 155119 in das Suchfeld ein.

Mut zur Farbe

STEP BY STEP – Inspiriert von den internationalen Runways für das Frühjahr 2022, zeigt Make-up-Artistin Iryna Müller einen Statement-Look mit intensiven Cat Eyes. Mag es Ihre Kundin eher dezent? Dann kreieren Sie den Look einfach in zarteren Brauntönen!

UNSER
COVER-
LOOK





Iryna Müller

ist seit 2013 Make-up-Artistin sowie Schweizer Make-up-Meisterin 2017. Sie arbeitet als freiberufliche Visagistin für Fotografen, Firmen und Privatpersonen bei Events wie Hochzeiten und war für das Unternehmen Bobby Brown tätig.

„Cat Eyes einmal anders: Frisch und mit intensivem blauen Eyeshadow in Kombination mit einem pudrigen Violett. Inspiriert zu diesem Look hat mich die Runway Show von Makarian. Dazu strahlt ein orangefarbenes Kleid pure Lebensfreude und Selbstbewusstsein aus!“

Für eine dezente Variante dieses Cat Eye Looks verwenden Sie einfach einen klassisch braunen Lidschatten.“



Teint: Für einen strahlenden Teint nach der Hautreinigung und -pflege einen Primer mit illuminierendem Effekt auftragen. Nun eine leichte, flüssige Foundation mit einem runden Pinsel gut in die Haut verblenden. Zum Fixieren ein feines Kompaktpuder mit Schimmerpartikeln auftragen. Die Konturen unterhalb des Wangenknochens und an der Stirn betonen. Highlighter auf dem Nasenrücken lässt die Nase schmaler und auf dem Amorbogen die Lippen voller wirken. Ein Rouge in Bronze oder Corall sorgt für Frische.



Eye Base: Das Lid wird mit einem Primer vorbereitet, damit der Lidschatten gut hält. Auf das obere Lid wird ein blauer, stark pigmentierter Eyeshadow aufgetragen, der das bewegliche Lid betont und auch leicht über die natürliche Lidfalte hinaus verblendet werden darf.



Cat Eye: Die Cat Eyes werden mit einem zweiten, violetten Eyeshadow gemacht. Zu Beginn wird im inneren Teil des Lids eine sogenannte Banane mit einer Unterbrechung geschminkt. Danach wird ein breiter Eyeliner in Violett in den äusseren Augenwinkel gesetzt, wodurch die Cat Eyes entstehen. Wichtig ist, die Ecke sauber mit einem schönen Verlauf zu schminken. Die untere Wasserlinie wird mit der gleichen Farbe betont und verblendet.



Wimpern & Augenbrauen: Als nächster Schritt werden die Wimpern kräftig mit Mascara getuscht. Die Brauen werden mit einem Bürstchen durchgekämmt, damit Puderreste entfernt werden. Mit passendem Puder leicht auffüllen, dabei die Form nach Bedarf korrigieren. Zum Schluss die Augenbrauen mit einem Gel fixieren.



Lippen: Für einen längeren Halt des Lipgloss' einen Lip Primer benutzen. Die Farbe sollte zum Teint passen. Der Highlighter betont bereits die Lippenkontur, sodass der Mund nur leicht mit einem Konturenstift ausgefüllt wird. Wichtig: Verblenden Sie die Grenzen gut, ohne sichtbare Konturen zu setzen. Darüber das Lipgloss auftragen.



NACHHER

Der klassische Cat Eye Look bekommt von Iryna Müller einen modernen Twist dank intensivem Blau und pudrigem Violett.



VORHER



DEZENTE
VARIANTE

NACHHER

Das Besondere an diesen Cat Eyes sind ihre Form. Für eine softere Variante einfach braune Lidschattentöne verwenden.



BEAUTY BUSINESS DAYS SWITZERLAND 2022

Zürich · Bern · Lausanne · Lugano

4 Beauty Business Days

➡ Roadshow durch die Schweiz ⬅

Unter den momentanen Umständen eine Messe zu veranstalten, ist kein leichtes Unterfangen. Die Messetermine internationaler Veranstaltungen wie Cosmoprof Worldwide Bologna, Beauty Düsseldorf oder Vivaness wurden bereits verschoben. Um Ihnen unter diesen Umständen dennoch die Möglichkeit zum fachlichen Austausch, zur Weiterbildung und zum Networking zu bieten, haben wir für dieses Jahr **eine Roadshow aus vier BEAUTY BUSINESS DAYS** in der Schweiz auf die Beine gestellt.

Das Konzept

Die BEAUTY BUSINESS DAYS Switzerland bringen ein Stückchen BEAUTY FORUM SWISS direkt in Ihre Region. An den eintägigen Events haben Sie die Gelegenheit, mit den Ausstellern ins Gespräch zu kommen sowie bei **Produktvorstellungen und Workshops** mehr über die aktuellen Trends

der Beauty-Branche zu erfahren. „Wir sind sicher, dass diese Formel es Ihnen erleichtern wird, sich zu treffen, Ihr Wissen zu erweitern und neue Ideen, Inspirationen und Möglichkeiten für Ihre tägliche Arbeit zu sammeln“, kommentiert Roberto Valente, Managing Director der Health and Beauty Group, das neue Eventkonzept.

Die Themenbereiche

Die Ausstellungsbereiche umfassen alles rund um das Thema Beauty: angefangen von der **pflegenden über die apparative bis hin zur deko-**

rativen Kosmetik. Auch PMU, Wellness Nail und Fusspflege sind Teil der Events.

„Wir von Health and Beauty haben eine Mission“, erklärt Roberto Valente. „Wir wollen die Schönheit in die Welt tragen und allen zugänglich machen, denn wir glauben an ihre Kraft: Wer sich schön fühlt, hat ein gutes Gefühl!“ Mit den BEAUTY BUSINESS DAYS bleiben Sie up to date – das schenkt auch Ihren Kundinnen ein gutes Gefühl. □



„Wir wollen die Schönheit in die Welt tragen und allen zugänglich machen!“

Roberto Valente,
Managing Director
Health and Beauty Group

Save the Dates:

TERMINE & LOCATIONS

- **Zürich:**
4. April 2022, Marriott Hotel
- **Bern:**
23. Mai 2022, Swissôtel Kursaal Bern
- **Lausanne:**
18. September 2022, Hôtel Lausanne Palace
- **Lugano:**
14. November 2022, Hotel Splendide Royal



IMMER UP TO DATE



Melden Sie sich zu unserem Newsletter an, um keine Neuigkeiten zu verpassen!

Weitere Infos unter www.beauty-fairs.ch

DIE EVENTSTÄDTE



ZÜRICH 4. April 2022

Das Marriott Zürich ist ein elegantes 5-Sterne-Hotel, das mit seiner exklusiven Atmosphäre genau den richtigen Ort bietet, um in die Welt der professionellen Kosmetik einzutauchen.

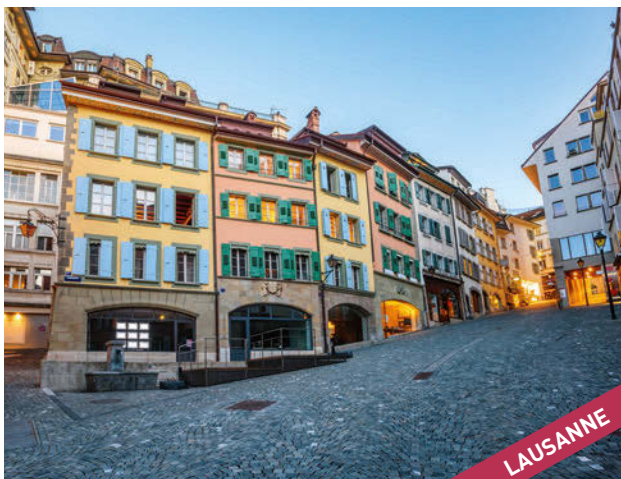
Marriott Hotel Zürich
Neumühlequai 42 · 8006 Zürich



BERN 23. Mai 2022

Das Swissôtel Kursaal Bern liegt im Zentrum der schweizerischen Hauptstadt und begeistert mit seinem modernen Design. In wenigen Gehminuten ist es von der Altstadt aus erreichbar.

Swissôtel Kursaal Bern
Kornhausstrasse 3 · 3013 Bern



LAUSANNE 18. September 2022

Das Hôtel Lausanne Palace liegt im Herzen der Stadt mit Sicht auf den Genfer See. Edel und luxuriös bietet es die perfekte Plattform für unseren BEAUTY BUSINESS DAY in der Romandie.

Hôtel Lausanne Palace
Rue du Grand-Chêne 7-9 · 1002 Lausanne



LUGANO 14. November 2022

Das prachtvolle Hotel Splendide Royal bildet den krönenden Abschluss unserer Roadshow in Lugano. Das 5-Sterne-Hotel blickt auf den Luganer See und ist nah am Stadtzentrum gelegen.

Hotel Splendide Royal
Riva Antonio Caccia 7 · 6900 Lugano

Ausbildungen

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

Klassische Kosmetik

■ 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-kosmetikschule.ch
www.faces-kosmetikschule.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 therapeutische Massage, Kosmetik und Visagistik

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

■ 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

Im Jahr 1936 von Maria Schweizer gegründet, gehört die Fachschule für Kosmetik Maria Schweizer AG seit 2015 als Ausbildungspartnerin zur Swiss Wellness Academy. Dank langjähriger Ausbildungserfahrung, modernsten Methoden und kompetenten Kursleiterinnen steht das Ausbildungsinstitut an den Standorten Burgdorf und Dübendorf für höchste Qualität. In den mehr als 80 Jahren des Bestehens absolvierten bereits tausende von Schülerinnen und Schülern die anspruchsvolle Ausbildung mit Diplom der Fachschule für Kosmetik Maria Schweizer und legten damit den Grundstein zum beruflichen Erfolg.
Stettbachstrasse 6, CH-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 neusten 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 neusten 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®

Die anspruchsvolle medizinische Kosmetik wie auch die neue, phyto-medical Kosmetik erfordern eine aktuelle Fachkenntnis für Beratung, Behandlung und Verkauf. Aufbauend auf einer mehr als 30-jährigen Erfahrung, bieten wir Seminare über folgende Marken an: med beauty swiss, Swiss Phyto-Cell, cell premium und Team Dr Joseph – als Distributor für die CH / FL.

Unser aktuelles Seminarangebot finden Sie auf unserer Website oder kontaktieren Sie unseren Kundenservice. Wir freuen uns, Sie fundiert und praxisnah auszubilden.

Med Beauty Swiss AG
Weissenbrunnstrasse 41
8903 Birmensdorf
Tel. 044 260 22 80; Fax. 044 260 22 81
office@medbeauty.com
www.medbeauty.com
www.cellpremium.com
www.swissphyto-cell.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
- Sprechstundenassistentin
- 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

- Sprechstundenassistentin 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
fachakademiebysonaya@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 Visagistenschule

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

Visagistenschule Face Design GmbH

Ihre Vorteile:

– Seit 20 Jahren die führende Visagistenschule 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-Möbiliar 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 Visagistenschule – 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.facedesign.ch, www.popty.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 Dermaepil 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 "Dermaepil 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 "Dermaepil Expert Sugaring" Schulung, werden allfällige Fehlhaltungen angeschaut. Ausbildung in Deutsch, Französisch und Italienisch.

Laurententorgasse 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



Buchen Sie jetzt Ihren Ausbildungseintrag!

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

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@vdds.ch, www.vdds.ch

Horoskop

IHRE STERNSTUNDEN IM FEBRUAR



WASSERMANN [21.1. – 19.2.]:

Mit der Sonne im eigenen Zeichen besitzen Sie einen guten Trumpf, um sich und Ihre Talente ins rechte Licht zu rücken. Ausserdem sorgt der Gute-Laune-Planet dafür, dass der Spassfaktor in Ihrem Leben nicht zu kurz kommt. Da Ihnen aber auch der Stabilität gebende Saturn zur Seite steht, verstehen Sie es, Ihre Aktivitäten mit so viel Methodik zu verbinden, dass entsprechend gute Ergebnisse erzielbar sind. Wer liiert ist, darf sich vor allem darauf freuen, dass der Dialog in der Partnerschaft im Laufe des Februars immer besser wird, während für Wassermann-Singles die Flirt-Sterne ideal stehen. Denn Amors Pfeile warten nur darauf, einsame Herzen zu verkuppeln.

Fische (20.2. – 20.3.): Neben stabilisierenden Aspekten profitieren Sie im Februar auch von furiosen Voraussetzungen, um ganz vorne mitzuspielen. Nutzen Sie diese aussergewöhnliche Chance, um Ihre Wünsche wahr werden zu lassen.

Widder (21.3. – 20.4.): Spannung liegt in der Luft, denn nichts scheint auf Anhieb zu klappen. Dadurch erkennen Sie, ob Ihnen Ihre Vorhaben genug bedeuten. Ab Mitte des Monats greift Ihnen dann Merkur wieder unter die Arme.

Stier (21.4. – 20.5.): Sie stehen sich gerade selbst im Weg! Obwohl Sie sich die eine oder andere Veränderung wünschen, wissen Sie nicht, wie Sie sie herbeiführen können. Versuchen Sie, nichts zu erzwingen. Alles andere fügt sich!

Zwillinge (21.5. – 21.6.): Mit dem Wind des Aufbruchs im Rücken, erwacht der Wunsch nach dem einem Neuanfang. Wenn Sie Ihre Erwartungen nicht zu hoch stecken und Ihre Vorhaben auf Herz und Nieren prüfen (Vorsicht für Fehleinschätzungen), stehen Veränderungen unter einem guten Stern.

Krebs (22.6. – 22.7.): Möglich, dass Sie sich jetzt öfter mit anderen vergleichen und sich infrage stellen. Dieses Kopfkino bremst Sie aber unnötig aus! Machen Sie sich bewusst, wo Ihre Stärken liegen!

Löwe (23.7. – 23.8.): Im Februar bekommen vor allem die anderen den Applaus, den Sie sich wünschen. Das führt zu Unzufriedenheit und löst Selbstzweifel aus. Auch Minus-Merkur und Saturn mahnen in Sachen Finanzen zur Vorsicht.

Jungfrau (24.8. – 23.9.): Das meiste klappt wie am Schnürchen! Venus stärkt Ihr ästhetisches Empfinden, Mars Ihren Ehrgeiz und Ihre Risikobereitschaft, und Merkur verleiht Ihnen bis Mitte des Monats ein untrügliches Gespür für lukrative Geschäfte.

Waage (24.9. – 23.10.): Der Februar ist zwar nicht ideal, um unmittelbare Erfolge einzufahren, trotzdem sollten Sie in Ihre Zukunft investieren. Verlassen Sie sich aber nicht zu sehr auf förderliche Impulse von aussen, sondern zeigen Sie Eigeninitiative! Merkur schenkt Ihnen ab Mitte des Monats den Durchblick!

Skorpion (24.10. – 22.11.): Während sich Ihre Liebes-Sterne ausgesprochen verheissungsvoll zeigen, wird es beruflich eher stressig. Sie behalten die Fäden zwar gerne in der Hand, sehen sich aber immer wieder mit Unvorhersehbarem konfrontiert.

Schütze (23.11. – 21.12.): Der Februar könnte ein Monat des Fortschritts werden! Zum einen verstehen Sie es, Erreichtes auszubauen, und andererseits verfügen Sie über genügend Ideen, Neues zu wagen. Bleiben Sie dabei aber realistisch.

Steinbock (22.12. – 20.1.): Der Aufwärtstrend setzt sich fort! Ihr Verstand arbeitet auf Hochtouren und liefert Ihnen jede Menge guter Businessideen, die Sie dank Power-Mars auch gleich mühelos in die Umsetzung bringen können. Und Venus sorgt dafür, dass Ihre Work-Life-Balance ausgewogen ist.



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

29. Jahrgang 2022
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; Fa 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
rolfjaeger@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 Kuliszkiwicz
Tel. 041 417 07 75
michelle.kuliszkiwicz@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

VORSCHAU

3/2022



DOSSIER: KLARE SACHE – TREATMENTS FÜR UNREINE HAUT

Pickel, Pusteln, Mitesser: Unreine Haut macht vielen Menschen zu schaffen und kann permanente Spuren hinterlassen. Lesen Sie in der kommenden BEAUTY FORUM ED. SWISS, mit welchen Wirkstoffen und Verfahren Sie unreine Haut verfeinern und intensiv reinigen können. Lernen Sie unterschiedliche apparative Behandlungen passend zur Akneform kennen. Und erfahren Sie, welche Inhaltsstoffe in dekorativer Kosmetik tabu sind.



Selfcare &
Body Positivity



Make-up- und Styling-Trends
in diesem Frühjahr/Sommer

BEAUTY FORUM 3/2022 erscheint am

17. MÄRZ 2022

Die BEAUTY FORUM EDITION SWISS-Themenhighlights
der Ausgabe 4+5/2021:

- Dossier – Eyecatcher: Treatments für die Augenpartie
- Mann oh Mann! Kosmetik speziell für Männer
- Zu viel des Guten: Übertriebene Handreinigung

Abo-Hotline: Tel. 041 417 07 70

Werbepartner in dieser Ausgabe

BioTech Beauty AG Swiss . . . U2	Lydia Dainow Suisse Cosmetic GmbH 15
Health and Beauty Marketing Swiss GmbH 11, U3	Simon Keller AG. 17
Health and Beauty Germany GmbH 37	swissestetic AG U4

Scheitern – *aber richtig!*

» TEIL 6: KONSTRUKTIV MIT NIEDERLAGEN UMGEHEN «

Wenn wir an Walt Disney denken, kommen uns wahrscheinlich als Erstes Dutzende oder Hunderte von Figuren in den Sinn, die er erfunden hat und die uns in unserer Kindheit begleitet haben. Aber wussten Sie, dass Walt Disney zu Beginn seiner Karriere aus Mangel an Ideen und Fantasie gefeuert wurde? Wenn wir über Stephen King sprechen, denken wir an seine vielen Bücher und Bestseller, die in den Regalen der Buchhandlungen (und bei einigen zu Hause) stehen. Aber selbst in diesem Fall sollten wir wissen, dass sein

Niederlagen können und müssen zu einem Ausgangspunkt werden, aber zu einem positiven, denn sie bedeuten, dass wir etwas gelernt haben.

Mit Niederlagen muss man umgehen, und sie sollten analysiert werden. Wir müssen verstehen, was schiefgelaufen ist, aber vor allem, warum. Allzu oft neigen wir dazu, externen Faktoren die Schuld zu geben: dem Moment, der Krise, dem Konkurrenten ... Aber wie oft üben wir ernsthafte Selbstkritik, um zu verstehen, was wir hätten besser machen können? Wie oft nehmen wir uns die Zeit, die Situation zu analysieren, sie zu verändern und erfolgreich zu machen? Leider neigt der Mensch dazu, sich selbst zu rechtfertigen, indem er glaubt, alles und vor allem das Beste getan zu haben, sodass die Verantwortung immer woanders liegt. Und dann bekommt das Scheitern diesen negativen Beigeschmack, für den wir uns schämen und der uns dazu bringt, ihn zu verdrängen, damit wir nicht mehr daran denken und ihn verheimlichen können.

Hier liegt also der Schlüssel: Niederlagen können und müssen zu einem Ausgangspunkt werden, aber zu einem positiven, denn sie bedeuten, dass wir etwas gelernt haben und es nun nutzen können. Auf diese Weise werden wir nicht wie diejenigen sein, die aus Angst vor dem Verlieren, nicht einmal versuchen zu gewinnen. □

erster Roman 30 Mal abgelehnt wurde! Es gibt noch zahlreiche andere Menschen, die berühmt wurden, obwohl sie einen schwierigen Start hatten, die mehrmals neu anfangen mussten, um ihr Projekt zu verwirklichen.

Vor allem in Italien, meinem Heimatland, werden Misserfolge oder Niederlagen im Beruf (wie auch im Privatleben) als echte und totale Fehler angesehen, für die sich die Betroffenen schämen müssen.

In Wirklichkeit sollte aber jeder von uns versuchen, sein eigenes Talent zu entdecken und darauf sein Leben aufzubauen. Wir alle haben mindestens ein Talent: Manche sind sich dessen bewusst, manche nicht. Aber das eigentliche Problem ist: Wenn wir unser Ziel verfolgen und daran glauben, sollte uns eine Niederlage doch nicht verunsichern.



ROBERTO VALENTE
Managing Director der
Health and Beauty Group

be positive

BEAUTY

News für Sie



www.beauty-forum.ch/nl-anmeldung

Jetzt kostenlos zu unserem **Newsletter** anmelden
und keine News mehr verpassen!

**BEAUTY
FORUM**

mesoestetic®

.com



Me Ruhe finden im Gleichgewicht

+swissestetic®
medical solution

Blegistrasse 5 | 6340 Baar | Tel. 041 768 80 80
www.swissestetic.ch | kontakt@swissestetic.ch

Neue Lösungen zur Behandlung von empfindlicher und sensibler Haut. Formeln, welche die essentiellen Abwehrsysteme der Haut (Barriere-Funktion und Mikrobiotika) stärken, um sie gegen die Aggressionen, denen sie täglich ausgesetzt sind, zu schützen.

Wirkstoffe, welche die Anzeichen von Empfindlichkeit vermindern und das Gleichgewicht der Haut wiederherstellen.

Eine Produktelinie mit höchster Toleranz für die anspruchsvollsten Hautpflegeexperten.

the element for skincare experts