

BEAUTY FORUM



V-NISSG – UND JETZT?

Alles, was Sie über die neuen
Sachkundenachweise wissen müssen
ab Seite 22

ERFOLG IM WEB

Mit einer optimierten Webseite
zu mehr Kundschaft – so geht's!
ab Seite 50

Dossier:

Es wird heiss!

Konzepte und Treatments
für sonnensensible Haut
ab Seite 30

EXPERT
Line

EFFECT
Line

ZERO
Line



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:



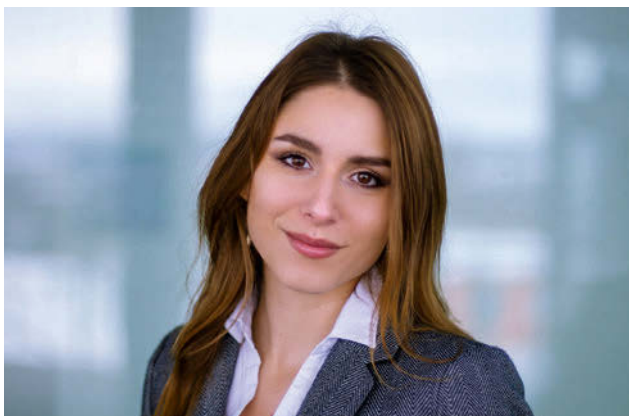
BTB BioTech Beauty AG Swiss
Haldenstrasse 4 | 6006 Luzern
Freefon 0800 5005-15

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



The Power of Beauty

Eine selbstständige Kosmetikerin zu sein, ist ein Traum für viele – aber auch nicht immer ein Zuckerschlecken. Sie müssen nicht nur fachlich versiert und stets up to date sein, sondern auch ein Unternehmen und möglicherweise Mitarbeiter führen, von all den Marketingmassnahmen – angefangen von der Webseite bis hin zu Social Media ganz zu schweigen. Und dennoch brennen Sie für Ihren Beruf und Ihre Berufung, nicht wahr? Denn wie wir glauben auch Sie an „The Power of Beauty“ – an die unglaubliche Energie, das Selbstvertrauen und die Positivität, die uns das Wohlfühlen im eigenen Körper verleiht.

Unter diesem Vorzeichen haben wir auch unsere diesjährige Eventreihe, die BEAUTY BUSINESS DAYS Switzerland, ins Leben gerufen. In Zürich und Bern durften wir bereits eine Vielzahl unserer Leserinnen begrüßen. Den **Nachbericht** zu diesen beiden erfolgreichen Events lesen Sie **ab Seite 58**. Nach unserer Sommerpause bilden Lausanne und Lugano den Abschluss der Roadshow.

Doch nun heisst es erst einmal: Sonne geniessen – und dabei die Haut schützen! In unserem **Dossier ab Seite 30** finden Sie daher Treatments für sonnensensible Haut.

„V-NISSG – und jetzt?“ Haben Sie sich diese Frage auch schon gestellt? Dann blättern Sie auf **Seite 22**, dort erläutert René Schätti, Geschäftsführer und Vorstandsmitglied der SGMK sowie Präsident der Trägerschaft V-NISSG, wie sich die Verordnung auf Kosmetikerinnen auswirkt und welche Behandlungen davon betroffen sind.

Ich wünsche Ihnen viel Freude mit der neuen Ausgabe!

Jaqueline Kramer

Editor-in-Chief BEAUTY FORUM ED. SWISS
jaqueline.kramer@health-and-beauty.com

LESEN SIE AUCH



BEAUTY FORUM Business 3/2022

Denken Sie
jetzt digital!
Vorteile beim digitalen
Terminmanagement

Zeigen Sie sich: Live-
Shopping-Events

Die Preise explodieren:
Alles wird teurer, so
sagen Sie es Ihren
Kunden

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



MEIN LESE-TIPP:

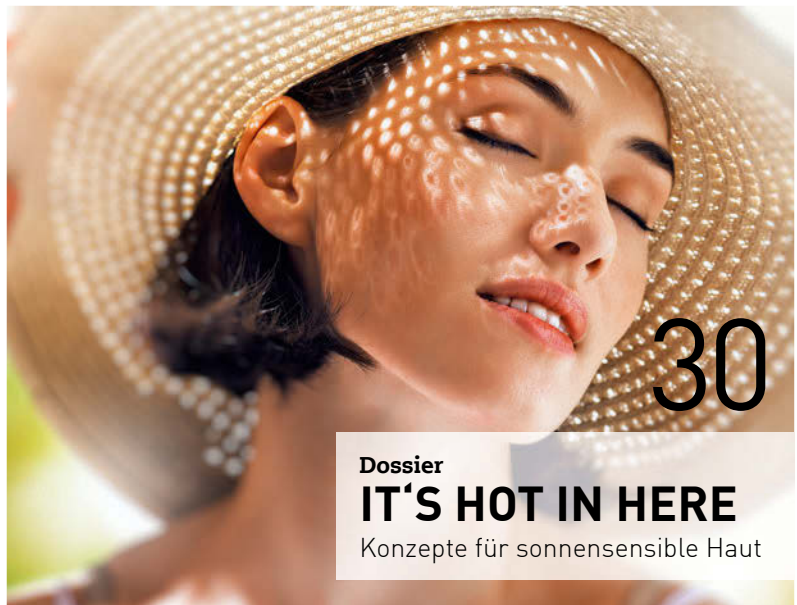
Wussten Sie, dass die Nachfrage nach Schönheits-OPs und minimal-invasiven Eingriffen in den Pandemie-jahren stark gestiegen ist? Woran das liegen könnte und was die beliebtesten Eingriffe sind, erzählt die ästhetische und plastische Chirurgin Dr. Rosmarie Adelsberger **ab Seite 26**.



26

SCHÖNHEIT BOOMT

Im Gespräch mit einer ästhetischen und plastischen Chirurgen



30

Dossier

IT'S HOT IN HERE

Konzepte für sonnensensible Haut

Inhalt

JUNI 2022

COMMUNITY

- 6 News – People
- 8 (Sk)Influencer
- 9 Starke Gemeinschaft
3 Fragen an Eva Lehner
- 12 Ja, like mich doch!

BEAUTY & CARE

- 13 Was würden Sie tun?
Serie: Alltagsprobleme im Institut
- ▶ 14 Wachs versus Gel
Haarfrei in den Sommer
- 19 News
Kraftvoll
- 20 Hohe Nachfrage nach Needling
Microneedling
- ▶ 22 V-NISSG – und jetzt?
René Schätti im Interview
- 24 News – Medical Beauty

26 Schönheit boomt

Im Gespräch mit einer ästhetischen und plastischen Chirurgen

28 So erreichen Sie die Zoomer

Serie: Die Generationen als Kunden im Institut, Teil 10

▶ DOSSIER

30 It's Hot in Here: Intro

32 Allergisch auf Sonnenlicht?!

Die Haut auf die Sonne vorbereiten

35 News

Heisse Hits

36 Die Top 3 Treatments

Behandlungen für Sommerhaut

38 Sommer, Sonne – und die Hände?

Einfluss der UV-Strahlung auf Hände und Nägel

- 44 Sommerfüsse – Füsse fit machen für die Sandalensaison

66 Kolumne

Die grossen Drei

LIFE & WORK

46 Institut des Monats

blue Kosmetik, Horgen

▶ 50 Die Webseite optimieren

Digital-Marketing-Serie, Teil 2

STYLE & FASHION

52 Es ist Typsache!

Die richtigen Make-up-Farben

▶ 54 Freche Pünktchen

Sommersprossen Step by step

MESSE

58 BEAUTY BUSINESS DAYS

Nachbericht Zürich und Bern

IN JEDER AUSGABE

3 Editorial

60 Ausbildungen

64 Horoskop

65 Impressum, Werbepartner, Vorschau

Titelbild:

Make-up-Artistin: Lara-Leila Spiess
Foto: Tanja Gschwandel Photography
Model: Adelisa Hodzic

HAARFREI? GANZ WIE SIE WOLLEN!



Ganz egal, welche Methode der Haarentfernung Sie bevorzugen, bei uns finden Sie die passenden Produkte führender Weltmarken. Ob Waxing, Sugaring oder die dauerhafte Haarentfernung mit IPL – wir sind Ihr kompetenter Partner! Informieren Sie sich über unser Angebot und lassen Sie sich von der Qualität überzeugen.

Exklusiv bei Simon Keller AG erhältlich.



Einfach clever shoppen:
www.simonkeller.ch

Simon Keller AG,
3400 Burgdorf

034 420 08 00
verkauf@simonkeller.ch

Keller
beauty



VERDIENT GEWONNEN

Belico | Die neue „Best of Beauty“-Gewinnerin von Belico ist Katja Becker. In zwölf Monaten steigerte sie ihren Umsatz um 6'000 Euro, allein durch den Verkauf von Produkten. Dafür erhält Katja Becker einen Preis in Höhe von 1'500 Euro zur Verschönerung ihres Instituts.

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

www.belico.de



SONDEREDITION ZUM 50. JUBILÄUM

Klafs | Zum 50-jährigen Jubiläum von KLAFS Schweiz hat sich das 40-köpfige Team mit Sitz in Baar ZG etwas Spezielles einfallen lassen: Die Sauna Easy wurde in ein 360° Schweizer Bergpanorama gepackt.

www.klafs.ch



DER TICKETVERKAUF STARTET

BEAUTY FORUM MÜNCHEN | Am 1. und 2. Oktober 2022 ist es so weit: Die 36. BEAUTY FORUM MÜNCHEN öffnet ihre Türen für die Beauty-Profis.

Neben der Fachausstellung in drei Hallen der Messe München steht ein hochwertiges Weiterbildungsangebot auf dem Programm. Drei wissenschaftliche Kongresse bieten Ihnen die Gelegenheit, Ihr Wissen bei den Branchenexperten aufzufrischen und zu intensivieren. In mehr als zehn Workshops können Sie sich praxisnah zu aktuellen Themen der Branche informieren.

Beim Make-up-Day am Messesonntag können Sie sich von kreativen Ideen und Tipps unserer Referenten für Ihr Institut inspirieren lassen. Für Spannung sorgen der WorldCup NailArt mit den Kategorien Flat und 3D sowie der International Masters' Award Make-up und die Deutsche Make-up-Meisterschaft.

Wir freuen uns, wenn wir Sie auf der Messe begrüßen dürfen! Ab dem 29. Juni 2022 können Sie sich Ihr Messticket sichern. Alle Informationen immer aktuell:

www.beauty-fairs.de/muenchen



AKTIV FÜR SCHWEIZER NAILIES

Swissnaildesign | Parallel zum BEAUTY BUSINESS DAY Zürich fand noch eine zweite Veranstaltung in der Event-Location statt: die Fachtagung des Swissnaildesign. Am Vormittag des 4. April hatten Mitglieder des Verbands für Schweizer Nageldesignerinnen die Gelegenheit, sich auszutauschen und das eigene Fachwissen zu vertiefen. Als exklusiver Referent hatte der Verband den bekannten Nageldesigner und YouTuber Frank Schärerle engagiert. Die vollen Stuhlreihen zeigten: Sein Vortrag war ein voller Erfolg. Die Verbandspräsidentin Steffi Brühlmann erklärt: „Früher wären wir eine Handwerkszunft gewesen, heute sind wir eine Community mit aktiver Führung.“ Für seine Community setzt sich der Verband stark ein, wie zwei positive Entwicklungen jüngst zeigen: „Wir sind überzeugt, mit unserem Zukunftsprojekt ‚Labeling‘ unserem Beruf ein professionelles Ansehen zu verleihen. Wir sind auch überzeugt, mit der Beitragsenkung auf CHF 185 mehr Erfolg zu haben, als mit dem Trend der Teuerung mitzuschwimmen“, so Steffi Brühlmann.

www.swissnaildesign.ch



ENDLICH WIEDER VERSAMMELT

SFPV | Nachdem der Schweizerische Fusspflegeverband die alljährliche Generalversammlung in den vergangenen zwei Jahren verschieben musste, konnte sie dieses Jahr nun endlich wieder stattfinden.

Am 1. April versammelten sich zahlreiche Mitglieder des SFPV im Hotel Krone in Lenzburg. Die gelungene Veranstaltung bot den Teilnehmenden die Möglichkeit, sich zu vernetzen und nach langer Zeit wieder persönliche Gespräche mit Gleichgesinnten aus der Branche zu führen.

Im Foyer boten die Sponsoren, zu denen neben Simon Keller, IC Products, TopNetto, Pediando und Soglio Produkte auch Health and Beauty Marketing Swiss zählte, Give-aways, Produkte und attraktive Rabattaktionen an.

Nach der Begrüssung folgte ein spannender Vortrag von Annelies Roncari zum Umgang mit demenzkranken Menschen in der Fusspflegepraxis. Angesichts der Altersstruktur der Kunden in der Fusspflege war dies ein herausforderndes und zugleich sehr relevantes Thema für die Zuhören-

den. Anschliessend hielt Gisela Warthmann, Präsidentin des SFPV, die Generalversammlung ab. In diesem Rahmen erklärte die Präsidentin auch, dass der Verband neue Weiterbildungen speziell für seine Mitglieder aufgelegt hat. Informationen zum Angebot können auf der Webseite nachgelesen werden. Abgerundet wurde die Generalversammlung mit einem gemeinsamen Apéro und einem gemütlichen Abendessen.

www.fusspflegeverband.ch

ANZEIGEN

SIE HABEN NEWS? DANN LASSEN SIE ES UNS WISSEN!

Schreiben Sie der Redaktion unter
jaqueline.kramer@health-and-beauty.com

Auf unseren News-Seiten teilen wir gerne Informationen zu Neueröffnungen, Anlässen, Events und allem, was die Branche bewegt.

**BEAUTY
FORUM**

Kosmetikstudio zu verkaufen in Luzern

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

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



Bei Interesse melden Sie sich bitte unter 076 831 73 66 oder 079 304 88 08.

Wir suchen:

Gebietsrepräsentant (m/w/d)
Schweiz

cNc
SKINCARE

Anforderungsprofil:

Sie verfügen über eine kosmetische Ausbildung, denken unternehmerisch und handeln umsatzorientiert. Idealerweise haben Sie Praxiserfahrung im Aussendienst. Sie besitzen gute Umgangsformen, sind zielstrebig, dynamisch, reisebereit und kommunikativ.

Bitte senden Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung per Mail an:
CNC skincare GmbH, Basel | E-Mail: bewerbungen@cnc-cosmetic.de

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

Suchen Sie einen vielseitigen, anspruchsvollen Job?

Aufgabenbereich:

- Entwicklung von projektbezogenen Pflegekosmetik-Rezepturen
- Mithilfe im Labor

Anforderungen:

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

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto und Lohnvorstellung per E-Mail an:
info@trybol.ch

Trybol AG, 8212 Neuhausen · www.trybol.ch

(SK)INFLUENCER

TUTORIALS UND FACHVORTRÄGE – Auf unserer Webseite 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 14. Juni

KEEP SMILING

Sinnliche Lippen und eine frisch aussehende Mundpartie lassen das Gesicht so gleich viel jünger aussehen. Deshalb verrät Ihnen unsere Referentin Waltraud Böhme, mit welchen Treatments und Konzepten Sie Ihrer Kundin ganz sicher ein Lächeln auf die Lippen zaubern werden.

Referentin:
Waltraud Böhme

MEDICAL



Online ab 23. Juni

MEDICAL BEAUTY UND SOCIAL MEDIA

Behandlungen, die zum Medical-Beauty-Bereich zählen, brauchen meist mehr Beratungs- und Erklärungsbedarf. Das gibt Ihnen die Möglichkeit, Content für Ihre Social-Media-Präsenz zu generieren. Social Media Expertin Kristina Schermbach zeigt, wie's geht!

Referentin:
Kristina Schermbach

BUSINESS



Online seit 18. Mai

DAS 1x1 DES EMOTIONALEN VERKAUFENS

Viele Kosmetikerinnen verkaufen nicht gern, denn sie fürchten, ihren Kundinnen etwas aufzudrängen. Wie Sie mit der Happy-Sales-Strategie sich selbst, Ihre Mitarbeiterinnen und Ihre Kundinnen durch den Verkauf glücklich machen können, erfahren Sie in diesem Tutorial.

Referentin:
Sandra Schubert

NAIL



Online seit 21. April

SOMMERTREND VERY PERI

„Very Peri“ ist die Trendfarbe des Jahres 2022. Ein rötlich-violetter Blauton, um die globale Innovation und den Wandel widerzuspiegeln. Wie Sie die Trendfarbe auf die Nägel Ihrer Kundinnen zaubern und was für kreative Möglichkeiten es gibt, zeigt Ihnen Nageldesignerin Eva-Maria Konwert.

Referentin:
Eva-Maria Konwert

Starke Gemeinschaft

3 FRAGEN AN – Eva Lehner ist seit April 2022 die neue Präsidentin des SFK. Im Interview verrät uns die erfahrene Kosmetikerin aus Bern, wie sich der Verband in Zukunft für die Schweizer Kosmetikerinnen einsetzen möchte.



UNSERE EXPERTIN



EVA LEHNER

... ist diplomierte Betriebswirtin HF, NDS und Kosmetikerin FA mit Fachrichtung medizinische Kosmetik.

Seit April 2022 ist sie die Präsidentin des Schweizer Fachverbands für Kosmetik, SFK. Hauptberuflich arbeitet sie in ihrem eigenen Kosmetikstudio in Bern.

1 BEAUTY FORUM: Frau Lehner, Sie sind seit April Präsidentin des SFK. Wie geht es Ihnen mit dieser neuen Aufgabe?

Ich hätte nie gedacht, dass ich je die Präsidentin des SFK sein würde. Es ist eine

grosse Ehre, dieses Vertrauen erhalten zu haben, und ich werde mein Bestes geben, um diesem Amt gerecht zu werden. Täglich wachse ich ein Stückchen mehr in die Rolle, die mir die Möglichkeit gibt, mich für einen der letzten Frauenberufe einzusetzen. Ein Beruf, der wie kein anderer Schönheit, Liebe und Wohlbefinden beinhaltet – Attribute, ohne die das Leben ja kaum lebenswert wäre.

2 Welche Herausforderungen sehen Sie, bedingt durch die aktuelle Situation, für die Schweizer Beauty-Branche?

Die Beauty-Branche besteht aus viel mehr Berufsgruppen als nur aus Kosmetikerinnen. Was da die spezifischen Herausforderungen sind, kann ich nicht abschliessend beurteilen.

Für uns Kosmetikerinnen ist bestimmt die Digitalisierung das Hauptthema. Viele Kundinnen weichen heute auf den Online-Markt aus, und dadurch entgeht uns eine Verdienstmöglichkeit, die anderweitig eingeholt werden muss, beispielsweise durch höhere Behandlungspreise. Darin besteht aber schon die nächste Herausforderung: Kundinnen sind nicht bereit, mehr zu bezahlen. Wenn man die Stundensätze der

Kosmetikerinnen aber mit denen aus anderen Handwerksberufen vergleicht, hinkt da unsere Berufsgruppe hinterher, dieses Thema müssen wir auch angehen.

3 Gibt es Ziele, die Sie in Zukunft mit dem SFK verfolgen möchten?

Mein Wunsch ist es, dass sich im SFK als Vertretung unseres Berufsstands jede Kosmetikerin willkommen und vertreten fühlt. Mein grösstes Anliegen ist es, dass wir Kosmetikerinnen uns als eine Einheit verstehen, denn nur gemeinsam kommen wir weiter. Wie zuvor erwähnt, gibt es viele Herausforderungen, an denen wir dringend arbeiten sollten. Um unseren Beruf attraktiv zu gestalten, geht es nicht nur um die Ausbildungsqualität und ein gutes Ausbildungsangebot, sondern auch um das Image und die Wertschätzung unseres Berufs in der Gesellschaft. Durch diesen breiten Fokus soll und kann sich jede Kosmetikerin angesprochen fühlen. Um gesellschaftlich in unserem typischen Frauenberuf etwas zu verändern, brauchen wir eine breite und aktive Basis, die sich gemeinsam mit dem Vorstand für die Umsetzung unserer Anliegen einsetzt. □

Das Interview führte Jaqueline Kramer.

10 Jahre *Schweiz*

BRANDSTORY – Vor zehn Jahren hatten drei Unternehmerinnen eine Vision: Sie wollten die führende Kosmetikmarke LYCON auf dem Schweizer Markt etablieren. Nachdem sie festgestellt hatten, dass die weltweit besten Schönheitsprodukte für die Kabine und Zuhause in der Schweiz nicht erhältlich waren, haben sich die drei Frauen aufgemacht, den Markt für immer zu verändern: Teaser war geboren.



1964 – Lydia emigrierte von Europa nach Australien.

Angetrieben von unserer Leidenschaft und unseren Produkten, haben wir Schönheitssalons und Boutiquen im ganzen Land beliefert. Der Erfolg hat unsere wildesten Träume übertroffen. Tatsächlich wurde Teaser 2017 an der Swiss Beauty Expo als „Unternehmen mit den besten Produkten“ ausgezeichnet, und 2020 erhielten wir bei den Schweizer Prestige Awards eine Auszeichnung als bester „Beauty-Produkte-Anbieter des Jahres“.

Eine junge Australierin mit Vision

Ohne LYCON Cosmetics und die inspirierende Führung von CEO Lydia Jordane – der führenden Persönlichkeit der Branche seit 1978 – hätten wir das nicht geschafft. Wenn wir zurückblicken, erinnern wir uns, dass wir Lydia während einer zweiwöchigen Rundreise durch die Schweiz kennengelernt haben. Es war im Frühjahr 2012, und

1978



„Lydia's Wax“ wurde erstmals kommerziell vertrieben.

1980



„Lydia's Wax“ wurde zu LYCON Cosmetics.

1987



LYCON zog mit seiner Produktion und seinen Büroräumen ins West End.

wir stellten LYCON Wax zum ersten Mal vor. Wir drei, die hinter Teaser standen, kamen aus sehr unterschiedlichen Verhältnissen – was wir jedoch teilten, waren die Werte und die Vision, auf denen das Unternehmen basiert.

Wir stützten uns auf Lydias inspirierende Geschichte als junge Pioniere in der Schweizer Schönheitsindustrie. Sie gründete LYCON 1978 als „Lydia's Wax“. Nachdem sie eine Flut von Bestellungen erhalten hatte, wuchs das Unternehmen schnell und machte Lydia zu Australiens führender Pionierin in der Schönheitsindustrie. Wir wollten die Produkte auch bei den Schweizer Fachleuten bekannt machen und boten Seminare und Schulungen an. Die Resonanz war unglaublich!

Fuss gefasst in der Schweiz

Inzwischen exportiert LYCON in über 90 Länder und ist weltweit die Nummer 1 unter den australischen Wachsen. Lydia hat einen Grossteil der letzten vier Jahrzehnte damit verbracht, Kosmetikerinnen und angehende Fachleute der Branche zu beraten und zu schulen – und dabei eine gesunde Balance zwischen Arbeit und Familie hervorgehoben. Ein Wert, der im Herzen unseres Unternehmens verankert ist.

Das Hero-Produkt

Wenn Sie LYCON Wachs noch nicht kennen, fragen Sie sich vielleicht: „Was macht es so besonders?“ Fragen Sie eine Expertin, und

sie wird es Ihnen sagen: „LYCON Wachs ist sanfter, schonender und effektiver als jede andere Wachsort.“ Das ist etwas, was wir in unseren Seminaren und Gesprächen mit angesehenen Schönheitsexperten immer wieder erklären.

In der Tat ist unser Wachs bei Kosmetikerinnen und Kunden gleichermassen beliebt. Es entfernt Haare auch bei einer Länge von 1 mm, wodurch das Nachwachsen der Haare zwischen den Behandlungen reduziert wird. Und es ist weniger schmerzhaft als andere Wachsmarken. Da unser Wachs die feinsten Harze, natürliche Inhaltsstoffe und Aromatherapieöle enthält, bietet es eine überragende Leistung und sorgt für ein beruhigendes Enthaarungserlebnis.

Nach dem Waxing kommt die Pflege

LYCON ist weit mehr als ein Waxing-Unternehmen. Die innovativen Produkte vor und nach der Enthaarung sind bahnbrechend. Sie wurden speziell für die Anwendung mit Wachsen entwickelt und reinigen, schützen, beruhigen und regenerieren die Haut in jeder Phase der Behandlung.

Zwischen den Enthaarungen behandeln und verhindern Produkte wie die „Ingrown-X-it Solution“ die Bildung eingewachsener Haare ohne Brennen oder Stechen.

Qualität steht an erster Stelle

Wir bei LYCON machen keine Kompromisse, wenn es um Qualität geht. Wir sind stolz

darauf, die Besten zu sein und die Kundenzufriedenheit zu übertreffen!

Kein Wunder, dass das Produkt in den letzten zehn Jahren ein voller Erfolg war und für seidig glatte Beine und Arme in der ganzen Schweiz sorgte.

Bei Teaser nehmen wir unsere Rolle als alleiniger Vertriebspartner von LYCON Cosmetics sehr ernst. Es ist eine Verantwortung, die wir schätzen. In den vergangenen zehn Jahren haben wir mit Hunderten von Friseursalons, Spas, Beauty- und Fitnessstudios gesprochen und unser Fachwissen über professionelle Schönheitspflegeprodukte weitergegeben.

Wir wählen unsere Produktlinien sorgfältig aus, denn wir sind bestrebt, Kosmetikerinnen nur die allerbesten Produkte zu präsentieren und sie in der Anwendung zu schulen.

Ohne die Unterstützung unserer treuen LYCON-Fans wäre Teaser nie so erfolgreich geworden. Es sind die Kosmetikerinnen, die ihren Kunden stets das ultimative Beauty-Erlebnis bieten, denen wir von Herzen für die vergangenen zehn Jahre danken! □



Teaser Sàrl

CH-1023 Crissier

Tel.: 022 548 1033

info@teaserboutique.ch

1991



Produkt-Launch: „Rosette Hot Wax“, „LYCOjet Lavender“ und „Desert Rose“.

2017



Upgrade für das Firmengelände in der australischen Vorstadt Pinkenba.

2022



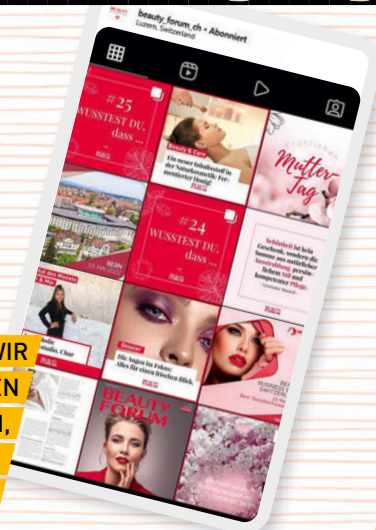
LYCON wird aktuell in über 90 Länder exportiert.

#beautyforumschweiz

JA, **LIKE** MICH DOCH!



WWW.INSTAGRAM.COM/BEAUTY_FORUM_CH



AUF INSTAGRAM ZEIGEN WIR
EUCH NICHT NUR, WAS WIR DEN
GANZEN TAG MACHEN,
UND WAS UNS INSPIRIERT,
SONDERN ...

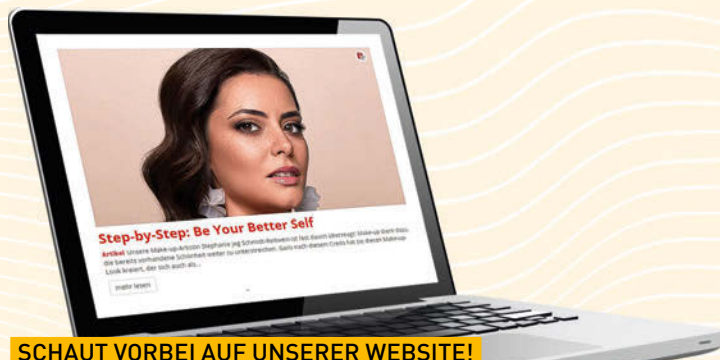


... AUCH TOLLE HIGHLIGHTS AUS DEM
HEFT, VON UNSEREN MESSEN UND EVENTS.
WIR FREUEN UNS ÜBER EIN HERZ VON EUCH!

www.beauty-forum.ch

ONLINE MEHR ERFAHREN!

WWW.BEAUTY-FORUM.CH



SCHAUT VORBEI AUF UNSERER WEBSITE!
DORT ERWARTEN EUCH TOLLE ZUSATZINFORMATIONEN
ZU ARTIKELN, LEHRREICHE ONLINE-SEMINARE
UND, UND, UND ...

WWW.BEAUTY-PROFI-SHOP.CH

Jede Ausgabe der BEAUTY FORUM ist auch online erhältlich. Ihr habt die Wahl, ob ihr die BEAUTY FORUM lieber als Printmagazin in der Hand haltet oder sie euch auf dem Tablet oder PC anschaut.

Ausgabe verpasst?

Euch interessiert ein Thema, das in der BEAUTY FORUM war, habt aber die Ausgabe verpasst oder verlegt? In unserem Online-Archiv könnt ihr auf alle Ausgaben zugreifen.





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 19 ««

„Letztens wünschte sich eine Kundin unbedingt den neuesten Trend von Social Media. Leider wusste ich nicht, was sich dahinter verbirgt. Die Kundin verliess daraufhin mein Institut. Wie kann ich solche Situationen in Zukunft vermeiden?“

Mira H., Kosmetikerin aus Reinach



Mit Rat und Tat zur Seite steht in diesem Monat **Kathi Zillmann**.

Die diplomierte Visagistin sowie diplomierte Kosmetikerin verfügt über langjährige Erfahrungen. Sie führt ihr eigenes Beauty-Studio in Gümligen bei Bern und ist Make-up-Artistin für Glo Skin Beauty Schweiz.

www.kathizillmann.com

Heutzutage informieren sich unsere Kundinnen immer mehr über die neusten Beauty-Trends auf Social Media.

Nie war es einfacher, schnell und in kleinen Häppchen alle Beauty-Trends auf einen Blick zu verfolgen. Das stellt uns Kosmetikerinnen vor neue Herausforderungen.

Wir müssen stets up to date sein, was Neuigkeiten der internationalen Beauty-Branche betrifft. Aber auch hier kann es vorkommen, dass uns ein Trend im Verborgenen bleibt. Mein erster Rat ist dennoch: Seien Sie auf Social-Media-Plattformen wie Instagram und Co. aktiv. Folgen Sie gängi-

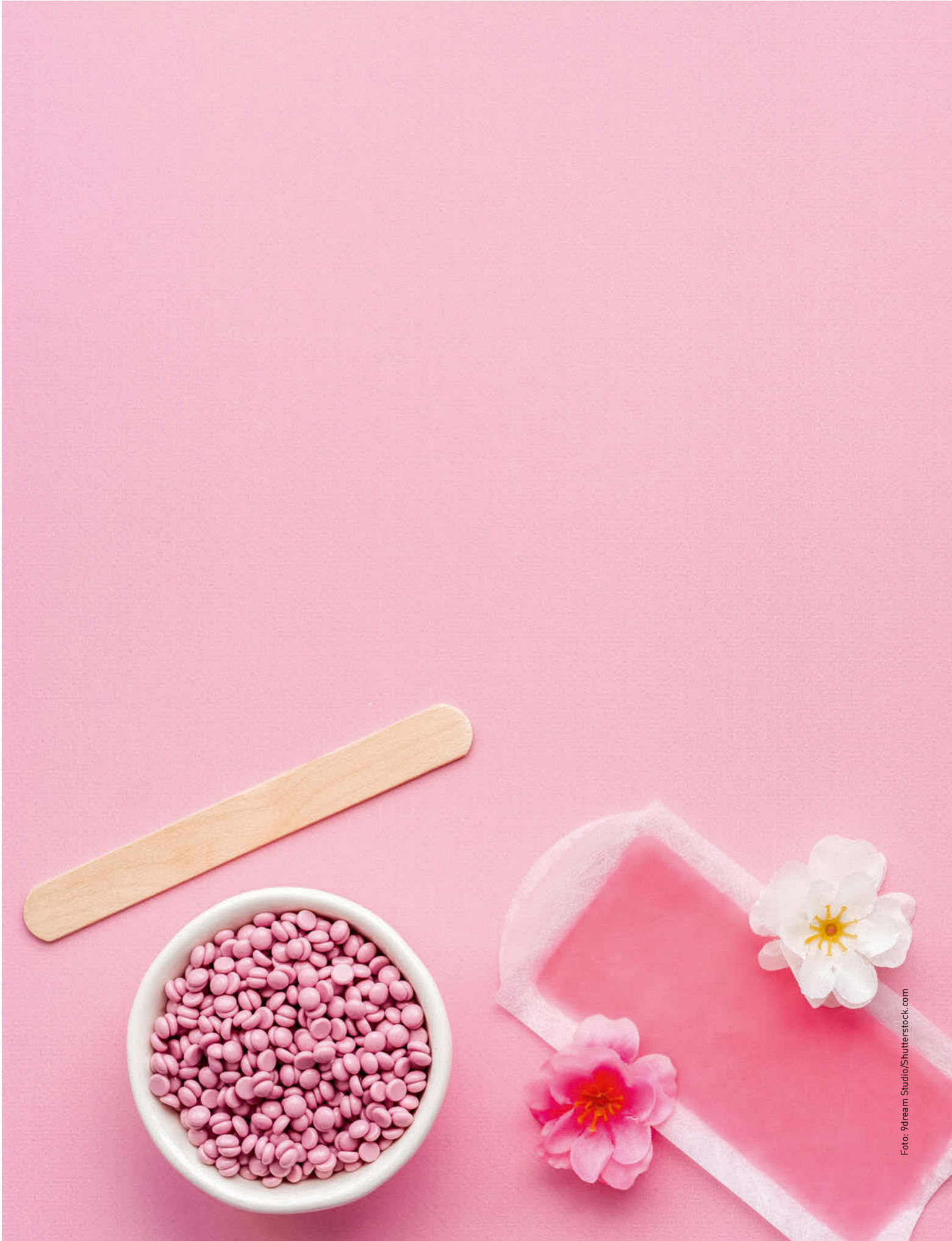
gen und seriösen Produktherstellern, Marken und Influencern, so verpassen Sie nichts. Informieren Sie sich auch über Fachmagazine, Blogs und Messen. Das ist für Ihr Beauty-Business unerlässlich. Sagen Sie der Kundin ehrlich, dass Sie die von ihr erwähnte Behandlung nicht kennen, Sie sich aber auf jeden Fall darüber informieren werden, um ihr Genaueres darüber zu berichten. Ehrlichkeit wird immer sehr geschätzt und macht Sie sympathisch sowie greifbar.

Verlässt die Kundin vorher das Institut, kontaktieren Sie sie per E-mail oder rufen Sie ganz einfach an. Schlagen Sie der Kundin vor, beim nächsten

Termin die gewünschten Informationen vortragen und erläutern zu können. Sie können auch erwähnen, die Behandlung für Ihr Portfolio zu prüfen. Bedanken Sie sich für den Hinweis der Kundin. So fühlt sie sich ernst genommen und verstanden. □



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



..... BEAUTY & CARE

Wachs versus *Gel*

HAARFREI IN DEN SOMMER – Ob im heimischen Garten oder im Urlaub am Strand: Im Sommer möchten Ihre Kundinnen und Kunden Haut zeigen, und zwar möglichst haarfrei! Wie sich die zwei beliebtesten Enthaarungsmethoden Waxing und Sugaring voneinander unterscheiden und für welche Areale sie am besten geeignet sind, erfahren Sie im Folgenden.





Warm- und Heisswachs enthalten meist drei Bestandteile: Kolophonium, Bienenwachs und Titandioxid.

Die nicht invasiven Haarentfernungsmethoden wie Waxing und Sugaring sind immer noch der Klassiker im Kosmetikstudio.

Unterschied: Depilation und Epilation

Der Begriff Depilation bezeichnet mehrere Verfahren der Haarentfernung, bei denen nur der sichtbare Teil des Haares ausserhalb der Haut entfernt wird. Die gängigsten Depilationmethoden sind die Rasur und die Anwendung chemischer Mittel. Bei beiden Methoden wächst das Haar innerhalb kurzer Zeit wieder nach. Im Unterschied zur Depilation wird bei der Epilation das Haar mitsamt der Haarwurzel entfernt, entweder temporär oder permanent.

Vorteile der Epilationmethoden

- Länger anhaltende Glätte der Haut (normalerweise rund vier Wochen).
- Führt längerfristig zu weniger und feineren Haaren.
- Keine störenden und stechenden Haarstoppeln beim Nachwachsen. Da das Haar

• Zuckergel besteht zu 100 Prozent aus natürlichen Inhaltsstoffen, es ist wasserlöslich und ökologisch abbaubar.

ausgerissen wurde, wächst es in seiner natürlichen spitzen Form nach. Das Haar hat kein stumpfes, abgeschnittenes und grob wirkendes Ende wie nach der Rasur.

- Weniger Hautirritationen, Pickel oder Ausschläge, da die Haut nicht wöchentlich oder mehrmals pro Woche gereizt wird durch Rasierer oder andere Depilationmethoden.

Der Klassiker: Waxing

Beim Waxing gibt es verschiedene Methoden: die Haarentfernung mit Kaltwachs, Warmwachs und Heisswachs. In Kosmetikstudios wird vor allem die Haarentfer-

nung mit Warmwachs und Heisswachs angewendet.

Warmwachs und Heisswachs bestehen meistens aus folgenden Inhaltsstoffen: Kolophonium (circa 80 Prozent), Bienenwachs und Titandioxid. Kolophonium, auch Geigenharz genannt, ist ein Baumharz aus Nadelhölzern. Kolophonium ist ein verbreitetes Kontaktallergen in Kosmetika und daher für sensible Haut eher nicht geeignet. Bei der Haarentfernung mit Warmwachs wird das erhitzte Wachs mit einem Spatel oder mittels einer Wachspatrone auf die gewünschte Hautstelle aufgetragen und mit einem Vliesstreifen weggerissen. Die Haarentfernung mit Heisswachs funktioniert sehr ähnlich, nur dass das Wachs stärker erhitzt wird. Nach dem Auftragen mit einem Spatel und einer kurzen Abkühlzeit kann das Wachs von Hand mit einem starken Ruck abgezogen werden. Nach der Haarentfernung werden die Wachsrückstände mit Öl entfernt.

Vorteile

- Schnell, daher sehr praktisch für grosse Flächen.
- Einfach in der Anwendung und Handhabung.
- Unterschiedliche Anwendungsmöglichkeiten: Spatel, Patronen, mit oder ohne Vliesstreifen.

Nachteile

- Das Wachs kann nur einmal verwendet werden, dadurch entsteht mehr Abfall.
- Bei der Haarentfernung mit Heisswachs besteht eine Verbrennungsgefahr für die Kundin oder den Kunden.
- Die Inhaltsstoffe von Warmwachs erhöhen die Wahrscheinlichkeit einer allergischen Reaktion der Haut.
- Wachs klebt auch an der Haut und nicht nur an den Haaren, daher ist Waxing schmerzhafter als andere Epilationmethoden.
- Wachsrückstände können nur mit Öl entfernt werden. Das erschwert die Reinigung der Haut, Arbeitsmaterialien und Arbeitsoberflächen.

Die natürliche Alternative: Sugaring

Beim Sugaring wird kein Wachs verwendet, sondern Zuckergel oder auch Zuckerpaste



Waxing ist besonders für grosse Areale wie die Beine oder den Rücken geeignet.

genannt. Das Zuckergel besteht nur aus natürlichen Inhaltsstoffen wie Zucker, Wasser und Zitronensaft. Beim orientalischen Sugaring wird mit der Hand gearbeitet, ohne Hilfsmittel.

Das Gel ist eine dickflüssige klebrige Masse, genau das wird für die Haarentfernung genutzt. Man streicht das Gel mehrmals auf die gewünschte Hautstelle ein und zieht es direkt wieder ab. Durch das wiederholte Einstreichen stellt man sicher, dass das Zuckergel bis zum Haarfollikel eindringt und so jedes Haar am Zuckergel klebt. Dadurch können auch sehr kurze Haare ohne Abbrechen entfernt werden.

Zuckergel klebt primär an Haaren und nicht an der Haut, daher ist Sugaring schonend für die Haut und weniger schmerzhaft.

Das Zuckergel kann so lange verwendet werden, bis es nicht mehr gut klebt, anschliessend muss neues Gel genommen werden.

Es gibt unterschiedliche Zuckerpasten, manche müssen vor der Anwendung nicht erwärmt werden und werden lediglich in der Hand geknetet, bis sie die richtige Konsistenz und Temperatur haben. Die meisten Zuckerpasten erwärmt man jedoch vor der Anwendung auf Körpertemperatur.

Vorteile

- Sugaring ist sanft zur Haut. Es ist für sensible Haut und sogar für Personen mit Hautkrankheiten wie Schuppenflechte oder Neurodermitis geeignet.
- Zuckergel haftet nicht an gesunden Hautzellen. Bei der Haarentfernung werden nur die abgestorbenen Hautzellen sanft wie bei einem Peeling abgetragen, was die Haut seidig glatt macht.





LYDIA DAÏNOW

SUISSE COSMETIC



DAÏSUN





Entdecken Sie den Sonnenschutz der neusten Generation.

Lydia Daïnow



Made in Switzerland

Weitere Informationen unter: T. +41 (0) 62 878 31 41
www.lydiadainow.com



Kleinere und empfindlichere Areale wie das Gesicht werden mittels Sugaring sanft und schnell von Haaren befreit. Das Zuckergel wird in einer speziellen Handtechnik angewendet und ist dabei schonend für die Haut.

- Zuckergel besteht zu 100 Prozent aus natürlichen Inhaltsstoffen, es ist wasserlöslich und ökologisch abbaubar.
- Zuckergel ist durch das natürliche Konservierungsmittel Zucker „sauer“ und entzieht so den Bakterien die Lebensgrundlage und wirkt daher antibakteriell.

Nachteile:

- Die korrekte Handtechnik braucht Übung, bis man sie beherrscht.
- Grosse Flächen können nicht so schnell enthaart werden wie bei anderen Epilationmethoden.
- Die Sugaring-Haarentfernung ist oft fünf bis zehn Franken teurer als Waxing.

Waxing oder Sugaring?

Der Zeitaufwand beim Waxing ist geringer als beim Sugaring, da man das Wachs grossflächig auf Körperpartien auftragen

und abziehen kann. Somit ist auch das unangenehme Gefühl schneller vorbei. Waxing ist daher vor allem bei grossen Flächen wie den Beinen oder Männerrücken sinnvoll.

Waxing-Behandlungen sind durch den geringeren Zeitaufwand oftmals fünf bis zehn Franken günstiger für die Kundinnen und Kunden. Das macht es für einige von ihnen attraktiv.

Sugaring ist im Vergleich zum Waxing die sanftere Methode, da das Zuckergel nur an den Haaren klebt und nicht an der Haut. Die natürlichen Inhaltsstoffe von Zuckergel sind weitaus verträglicher für die Haut als die von Wachs. Aus diesem Grund eignet sich die Haarentfernung mithilfe von Zuckergel insbesondere für Allergiker oder Menschen mit einer empfindlichen Haut. Auch für schmerzempfindlichere Körperstellen wie den Intimbereich, die Achseln oder das Gesicht ist die Haarentfernungsmethode mit Zuckergel besonders gut geeignet.

Das A und O einer Sugaring-Behandlung ist die geübte Handtechnik. Wenn man die Sugaring-Handtechnik beherrscht, kann man kleinere Hautpartien wie Intimbereich, Achseln oder Gesicht genauso schnell enthaaren wie mit Wachs.

Abschliessend gibt es kein Richtig oder Falsch. Es gibt viele Kosmetikstudios, die beide Methoden anbieten und bei grösseren Flächen mit Warmwachs arbeiten und bei kleineren oder sensibleren mit Sugaring. Wenn Sie beide Methoden beherrschen, können Sie am besten auf die Kundenbedürfnisse und die Gegebenheit der Haut eingehen.

Viele Kundinnen und Kunden suchen vermehrt nach natürlichen und nachhaltigen Kosmetikbehandlungen und -produkten. Für diese Kundengruppe ist sicherlich Sugaring der Favorit.

PREISVERGLEICH SUGARING & WAXING			
Behandlung	Beine gesamt	Intim komplett	Gesicht
1. Waxing	CHF 75-95	CHF 55-75	CHF 30-55
2. Sugaring	CHF 80-100	CHF 55-85	CHF 30-60



SARAH WYSS
Die Autorin ist Ausbildungsverantwortliche bei der Schweizer Firma Shaba AG, die seit über 25 Jahren Sugaring-Ausbildungen und -Produkte anbietet.
www.shaba.ch



IM KLEINFORMAT

Alexandria Professional | Das „I Love My Skin Cleanse & Hydrate Travel Kit“ sorgt mit seinen praktischen Reisegrößen für gepflegte Haut im Urlaub. Der „Presept Gentle Skin Cleanser“ reinigt, ohne auszutrocknen, während das „Essential Tonic 3-in-1 Skin Mist“ die Haut beruhigt. Den letzten Pflegeschritt bildet die beruhigende „Restore 24/7 Moisture Lotion“.

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



ZWEI TECHNOLOGIEN

Mesoboost | Mithilfe des ETM-Systems, das zwei sich ergänzende Technologien miteinander verbindet, soll der „Mesoboost“ hohe Wirkstoffmengen in die tiefsten Hautschichten bringen. Bei den Technologien handelt es sich um die „Transkutane Meso-Chip-Penetration“ und die „Elektroporation“.

Tel. 044 886 25 01, www.kramer-cosmetics.ch

KRAFTVOLL

Produkte mit Power



IN NEUEM GEWAND

Yon-Ka | Die „Lotion Yon-Ka“ ist das Herzstück der französischen Hautpflegemarke. Das phyto-aromatische Spray vereint fünf ätherische Öle und soll dem Teint einen Frischekick verleihen. Seit 2014 wird das Produkt von verschiedenen Künstlern neu interpretiert. Dieses Jahr von Sue Miano, deren Aquarelle meist Wildblumen zeigen und bestens zur Markenbotschaft passen.

Tel. 014 119 56 56, www.yonka.ch



REVITALISIEREND

Skeyndor | Die drei neuen „Power-Masks“ von Skeyndor haben sich zur Aufgabe gemacht, die Haut zu revitalisieren. „Power C+“ soll dank einer sauren Formulierung fahle Haut wiederbeleben. „Power Hyaluronic“ ist eine Maske mit Sorbettextur und erfrischt feuchtigkeitsarme Haut. Für glatte, reine Haut soll „Power Oxygen“, die dritte Maske im Bunde, sorgen.

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



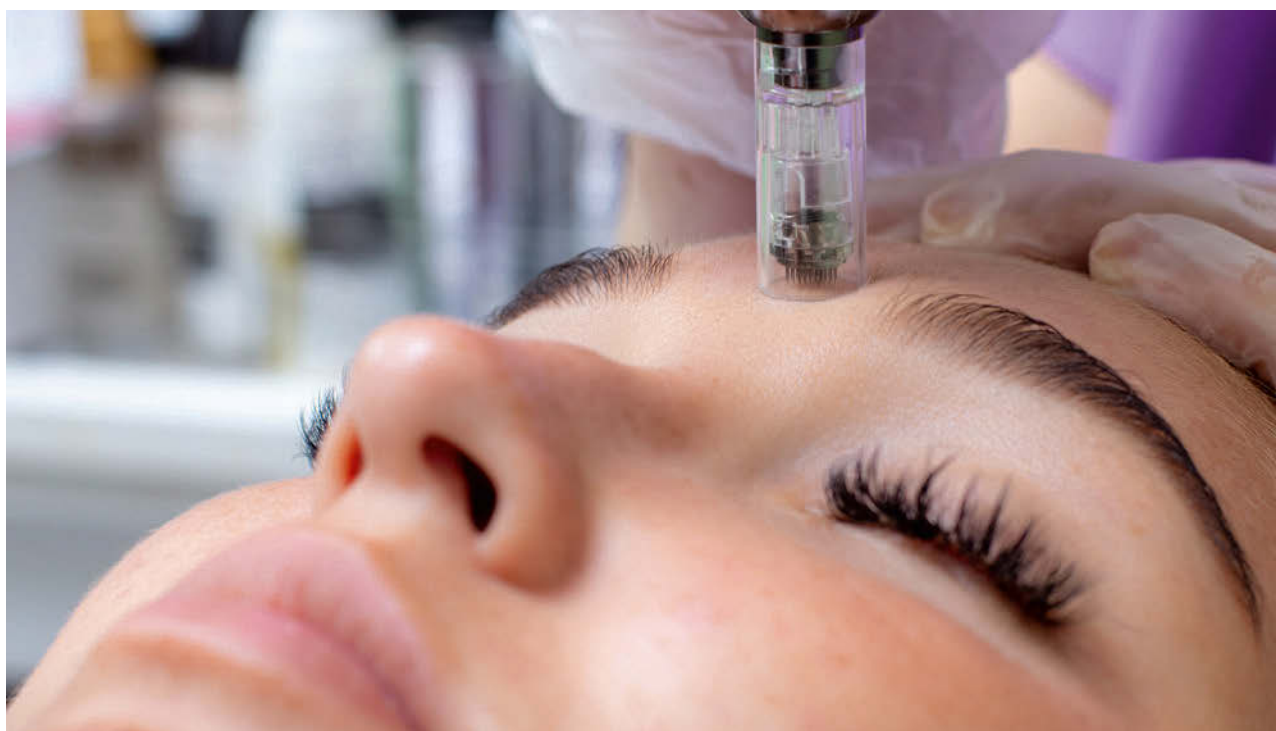
WELLNESS FÜR DAHEIM

Payot | Für Wellnesserlebnisse zwischen den Institutsbesuchen bietet Payot das „Rituel Douceur“, bestehend aus drei Neuheiten, an. „Bougie Harmonisante“ ist eine Duftkerze mit Jasmin und Moschus, die Entspannung in die heimischen vier Wände bringen soll. Der „Soin Nettoyant Mains Surgras“ reinigt die Hände mit einer pflegenden Textur und hinterlässt einen pudrigen Duft. Zu guter Letzt sorgt das Körper-Peeling „Granité Exfoliant Corps“ für zarte Haut mit Glow.

Tel. 021 822 43 30,
www.thomas-bonaud.ch

Hohe Nachfrage nach Needling

MICRONEEDLING – Die Behandlung gilt als eine der effektivsten im nicht invasiven, kosmetischen Bereich. Als Kur sorgt Microneedling für Langzeiteffekte und auch Hautärzte bieten es an. Kein Wunder, dass die Nachfrage besonders bei anspruchsvollen Kundinnen hoch ist. Wir schauen uns die Methode, Effekte und den Behandlungsablauf genauer an.



Bei Microneedling denken viele Kundinnen zunächst an die Roller. Diese werden auch zahlreich im Internet verkauft, und so manche Kundin hat einen zu Hause liegen.

Ich arbeite in der Praxis mit einem elektrischen Pen, denn er hat eine klar eingestellte Eindringtiefe und kann in der Geschwindigkeit reguliert werden. Die sterilen Nadeln werden nur ein-

malig verwendet und dringen gerade von oben in die Haut ein. Es wird also ein gerader Mikrokanal gesetzt. Bei den Rollern ist es recht schwierig, die Eindringtiefe genau zu kontrollieren. Durch die rollende Bewegung entsteht keine gerade, nach unten gerichtete Mikroverletzung, sondern eine V-förmige Verletzung. Dies kann die Haut belasten. Ausserdem besteht das Risiko, dass die Roller zu Hause nicht

nach einmaliger Anwendung entsorgt werden.

Nadelaufsätze

Durch die verschiedenen Nadelaufsätze, die es für die elektrischen Pens zu kaufen gibt, können Sie die Behandlung entsprechend variieren. Die Aufsätze gibt es in der Regel als 12er, 24er und 36er, auch als Nanoaufsatz,

mit silikonbeschichteten Spitzen – diese setzen keine Verletzung.

Technik

Die Nadeln des Needling-Pens dringen im kosmetischen Bereich bis zu einer Tiefe von 0,5 Millimetern in die Haut ein und setzen dadurch eine Mikroverletzung. Diese muss nicht unbedingt blutig sein. Oftmals kommt es leicht zeitverzögert zu einer generellen Rötung der Haut. Sollte es an einigen Stellen leicht bluten, ist das vollkommen unbedenklich, solange natürlich alle Hygienemassnahmen beachtet werden.

Effekte

Durch diese Mikroverletzungen wird in der Haut eine Regenerationskaskade ausgelöst: Die Mikrozirkulation wird sofort erhöht. Dies führt unter anderem auch zu einer verbesserten Wirkstoffaufnahme und Umsetzung der Wirkstoffe. Ausserdem schüttet die Haut Regenerationsfaktoren aus, weil die Haut „Wundheilung“ betreibt. Die Haut wird also von selbst dazu angeregt, neue Zellen zu bilden, und damit arbeitet die Hauterneuerung auf Hochtouren.

Wird die Behandlung nun in Abständen von circa zwei bis drei Wochen wiederholt, wird dieser Prozess immer wieder aufs Neue ausgelöst. Daher kommen auch die sehr guten Resultate im Anti-Aging-Bereich.

Aber auch bei Hautunebenheiten, vergrösserten Poren und kleinen Narben sieht man die ersten Effekte meist nach der dritten Behandlung. Denn ein weiterer sehr positiver Aspekt des Needlings ist, dass die Hautoberfläche sich verfeinert. Grosse Poren verschwinden, und die Haut erscheint weicher und glatter. Daher hat sich das Needling auch zur Nachbehandlung bei abgeheilten Akne bewährt.

Sehr wichtig ist, dass die Kundin nach der Behandlung genau Ihren Anweisungen folgt. Direkt nach der Behandlung ist die Haut meist gerötet und fühlt sich ähnlich wie bei einem Sonnenbrand an. Es kann sein, dass sie

BEHANDLUNGSABLAUF

1. Die Hautreinigung in zwei Phasen leitet die Behandlung ein.
2. Danach folgt ein hautspezifisches Peeling. Sehr gut lässt sich ein Needling auch mit einem FruchtsäurePeeling kombinieren. Dies bringt sehr schöne Ergebnisse, ist jedoch nichts für sensible Haut. Es sollte in diesem Fall zumindest schon einmal zuvor ein Fruchtsäure-Peeling durchgeführt worden sein, um die Reaktion der Haut besser einschätzen zu können.
3. Danach desinfizieren Sie und tragen ein Needling-Tonic auf. **Wichtig: Als Kosmetikerin sind Handschuhe und Mundschutz Pflicht. Die Haare der Kundin sollten gut abgedeckt sein.**
4. Packen Sie den steril verpackten Aufsatz erst unmittelbar vor dem Needling aus. Zunächst tragen Sie das Wirkstoffkonzentrat Ihrer Wahl auf. **Tipp: Hier haben sich auch Spritzen, natürlich ohne Kanüle, bewährt. Sie garantieren Hygiene und ein leichtes Arbeiten mit genauer Dosierung der Wirkstoffe. Es gibt von einigen Herstellern auch Ampullen, die dann komplett aufgebraucht werden.**
5. Beginnen Sie bei einem Needling im Gesicht am Kinn. Danach folgen der Wangenbereich und die Oberlippe. Dann sind die Schläfen und die Stirn an der Reihe. Es folgen die Nase und am Ende der Augenbereich. Hier bitte vorsichtig arbeiten! **Tipp: Generell muss der Bereich, der geneedlet wird, immer gut gespannt werden. Wir arbeiten in kurzen Bahnen oder je nach Region auch in kreisförmigen Bewegungen.**
6. Danach decken Sie das Gesicht entweder mit Folie okklusiv ab oder tragen gleich eine kühlende Maske auf. Meist brennt die Haut. **Tipp: Sagen Sie der Kundin, dass das normal und kein Grund zur Sorge ist.**
7. Weitere Behandlungsoptionen sind Ultraschall oder ein Kollagenvlies. Am Ende desinfizieren Sie noch einmal mit einem Needling-Tonic und tragen eine passende Abschlusspflege auf. **Tipp: Raten Sie der Kundin dazu, in den nächsten Stunden nichts zu machen und die Haut in Ruhe zu lassen.**



WICHTIG

Nach der Behandlung sollte die Kundin Sonne, Solarium, Sauna, Schwimmen oder Sport in der ersten Woche vermeiden. Zu Hause sollte die Kundin abgestimmte Präparate mit regenerativen Wirkstoffen verwenden.

spannt, prickelt und brennt. Aufklärung ist daher im Vorfeld wichtig, ebenso eine unterschriebene Einwilligung der Kundin.

Kuren für Langzeiteffekte

Eine einzelne Needling-Behandlung ist sicherlich ganz nett, bringt jedoch meist nur einen kurzzeitigen Effekt. Kundinnen wünschen sich heute jedoch in der Regel Behandlungsergeb-

nisse mit Langzeiteffekt. Daher ist es wichtig, im Gespräch die oben erläuterten Mechanismen zu erklären und der Kundin klarzumachen, dass sie für längerfristige Ergebnisse eine Behandlungsserie von mindestens fünf Behandlungen in Folge buchen sollte. Alles natürlich in Kombination mit der entsprechenden Pflege für zu Hause. Der beste Zeitpunkt des Jahres für solche Kuren ist von Herbst bis Frühjahr. Im Sommer bietet sich das Needling eher weniger an wegen der Sonne, die ja nach der Behandlung gemieden werden sollte. □



SUSANNE PFAU

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



V-NISSG – und jetzt?

INTERVIEW – René Schätti erklärt im Gespräch, auf welche Behandlungen sich die neue Verordnung auswirkt und unter welchen Bedingungen Sie diese ab Juni 2024 weiterhin anbieten dürfen.

UNSER EXPERTE



RENÉ SCHÄTTI

... ist Geschäftsleiter und Vorstandsmitglied der Schweizerischen Gesellschaft für medizinische Kosmetik, kurz SGMK, sowie Präsident der Trägerschaft V-NISSG.

BEAUTY FORUM: Herr Schätti, ab 1. Juni 2024 brauchen Kosmetikerinnen einen Sachkundenachweis, um bestimmte Behandlungen mit Laser und Licht weiterhin durchführen zu dürfen. Wie kommt es dazu?

René Schätti: Die Belastungen durch nicht-ionisierende Strahlung und Schallwellen von Geräten, die bei Behandlungen zu kosmetischen Zwecken eingesetzt werden, überschreiten oft die Grenzwerte für Haut, Gewebe und Augen. Bei unsachgemässer Anwendung können solche Behandlungen zu akuten, teils irreversiblen Schädigungen führen. Um die Risiken solcher Behandlungen zu minimieren, wurde im Bundesgesetz NISSG eine Verordnung konkretisiert, die der Bundesrat am 27. Februar 2019 gutgeheissen hat. Das Gesetz und die Verordnung

traten am 1. Juni 2019 in Kraft mit einer 5-jährigen Übergangsfrist bis zum 1. Juni 2024. So lange haben also Kosmetikerinnen noch Zeit, sich sachkundig zu machen, um die unter der V-NISSG erlaubten Behandlungen mit den unter das Gesetz fallenden Technologien auch nach dem Stichtag noch weiter, ohne ärztliche Aufsicht durchführen zu dürfen.

Welche Behandlungen sind betroffen?

Zwölf Behandlungen mit Geräten, die nicht-ionisierende Strahlung oder Schall aussenden, sind davon betroffen und dürfen ab dem 1. Juni 2024 nur noch von Personen mit einem Sachkundenachweis ohne ärztliche Aufsicht durchgeführt werden. Diese sind:

- Akne
- Cellulite und Fettpolster

- Couperose, Blutschwämmchen und Spinnennävi (kleiner als 3 mm und nicht in Augennähe)
- Falten
- Narben
- Nagelpilz
- Postinflammatorische Hyperpigmentierung
- Striae
- Entfernung von Haaren
- Entfernung von Permanent Make-up (nicht in Augennähe)
- Entfernung von Tätowierungen mittels nicht-ablativen Lasern (nicht in Augennähe)
- Akupunktur mittels Laser

Es ist aber auch wichtig zu wissen, dass durch die Verordnung bereits seit dem 1. Juni 2019 viele Behandlungen von Hautveränderungen, zum Beispiel Altersflecken, Fibrome oder Warzen, sowie diverse Technologien, darunter ablative Laser oder hochfokussierter Ultraschall („HIFU“), für die Anwendung ohne Arztaufsicht verboten wurden.

Leider ist es so, dass viele Beauty-Institute dies noch gar nicht mitbekommen haben und solche Behandlungen noch immer ohne Arztaufsicht anbieten. Hier hätte der Bund wohl etwas mehr Öffentlichkeitsarbeit leisten müssen. Fakt ist: Dienstleistungserbringer sind in einer Holschuld und müssen sich über aktuell geltende oder ändernde Gesetze stets informieren. Denn Unwissen schützt vor Strafe nicht.

Mit einem Sachkundenachweis dürfen die Behandlungen aber wieder durchgeführt werden, richtig? Wie erlangt man ihn?

Richtig. Den Sachkundenachweis erlangt man mittels einer modularen Ausbildung. Diese beinhaltet zum einen ein Modul „Grundlagen“ und ein Modul „Technologien“, die einmal absolviert und mit einer Prüfung abgeschlossen werden müssen. Danach gibt es im Bereich der Kosmetik fünf verschiedene Module für behandlungsspezifische Kenntnisse und Fähigkeiten, kurz BKF genannt. Diese teilen sich wie folgt auf:

- Haarentfernung mit Laser
- Haarentfernung mit IPL
- Entfernung von PMU und Tattoos
- Haut und Pigmentierung
- Cellulite und Fettpolster

Je nach Angebot eines Beauty-Instituts müssen hier nur ein Modul oder alle Module abgeschlossen werden.

Nachdem die SGMK im vergangenen Jahr intensiv an der Ausbildung zum Sachkundenachweis gearbeitet hat, darf sie als offiziell vom BAG akkreditierte Prüfungsstelle die Ausbildung anbieten. Die ersten sind bereits in vollem Gange. Ihr Résumé bis jetzt?

Wir sind am 2. Mai mit den ersten Modulen gestartet, das ist richtig. Wir können jetzt aber nicht behaupten, von Teilnehmenden überrannt worden zu sein. Das hat wohl zweierlei Gründe: Zum einen denken viele, der 1. Juni 2024 ist ja noch sehr weit weg. Zum anderen ist die Ausbildung nicht bil-

einen kleinen Beitrag für die Umwelt und gegen den Klimawandel beitragen.

Mit welchem zeitlichen und finanziellen Aufwand müssen Kosmetikerinnen rechnen, wenn Sie den Sachkundenachweis erwerben wollen?

Das kommt ein wenig auf die Vorbildung an. Bei Kosmetikerinnen mit einer höheren Berufsbildung wie FA oder HFP, liegt der zeitliche Aufwand zwischen fünf und maximal 13 Tagen, je nachdem, wie viele BKF-Module man absolvieren will oder muss. Bei Kosmetikerinnen EFZ kommt noch ein halber Tag dazu. Für alle anderen dauert die Ausbildung mindestens neun Tage. Dazu kommen dann noch Prüfungstage, die zusätzlich Zeit in Anspruch nehmen.

„Dienstleistungserbringer sind in einer Holschuld und müssen sich über aktuell geltende oder ändernde Gesetze stets informieren. Denn Unwissen schützt vor Strafe nicht.“

lig, und da man diesen Sommer seit zwei Jahren endlich wieder ohne grosse Corona-Einschränkungen ins Ausland reisen darf, werden viele ihr wohlverdientes Geld erst einmal für ihren Urlaub ausgeben, was ich gut verstehen kann.

Welches Feedback haben Sie von Ihren Teilnehmerinnen erhalten?

Die Teilnehmerinnen, die Anfang Mai mit dem Modul „Grundlagen“ starteten, sind mit der Ausbildung bislang sehr zufrieden. Wir haben mit unserer Online-Lernplattform unter www.sachkundeausweis.ch ja auch eine optimale Basis geschaffen, die Ausbildung durchzuführen. So bietet die Plattform nebst detaillierten, professionellen Unterlagen zu den Lerninhalten auch Funktionen wie Üben und Testen, um sich optimal auf die Prüfungen vorbereiten zu können. Und dies, wo immer man sich aufhält, ob im Zug, in den Ferien am Strand oder zu Hause – mit unserem Online-Lern-tool ist man flexibel und mobil. Und nachhaltig! So haben wir bei der Erarbeitung unserer Lehrmittel bewusst auf Online-Learning gesetzt und können so, mit der Einsparung von viel Papier und Druckfarbe,

Wo können Kosmetikerinnen die Ausbildung zum Sachkunde absolvieren?

Momentan (Stand Mitte Mai 2022) gibt es noch nicht sehr viele Prüfungsstellen, die vom BAG offiziell zugelassen wurden. Und leider noch keine für den italienischen Sprachteil der Schweiz, was sich aber hoffentlich bald ändert. Wir bei der SGMK sind natürlich stolz darauf, zu den ersten Anbietern gehören zu dürfen. Dennoch ist es wichtig, dass weitere seriöse Prüfungsstellen die BAG-Akkreditierung erhalten und dazustossen werden, da es sonst vermutlich bereits ab Anfang 2023 viel zu wenige Ausbildungsplätze geben wird. Denn die Übergangsfrist des Gesetzes läuft am 1. Juni 2024 ab, und wer dann nicht sachkundig ist, kann sein Laser- oder Kryo-Gerät im Keller verstauen. Die Kantone sind in der Pflicht, Kontrollen durchzuführen und Bussen auszusprechen. Diese können nach Artikel 15 der Verordnung bis in eine Höhe von CHF 40'000 gehen. □

Das Interview führte Jaqueline Kramer.

MEDICAL BEAUTY

Mit Tiefenwirkung



SANFTES PEELING

Dermalogica | Der Nachfolger des „Daily Microfoliant“ Peeling-Pulvers von Dermalogica heisst „Daily Milkfoliant“. Es ist ein besonders sanftes Pulver-Peeling mit Hafer-, Kokosnuss- und Pflanzenextrakten, die reich an Alpha-Hydroxysäuren (AHAs) und Beta-Hydroxysäuren (BHAs) sind.

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



GEGEN HÄRCHEN

Belico | „Post Epil IBR“ enthält Gurmarextrakt und IBR Dormin®. Diese Wirkstoffkombination zielt darauf ab, den Metabolismus der Haarkeratinisierung zu hemmen. Sie wirkt von Zyklus zu Zyklus progressiv und kumulativ. Dadurch wachsen weniger und sichtbar schwächere Haare nach. Enthaarungen können so in immer grösseren Abständen erfolgen.

www.belico.de



NEUE LINIE LANCIERT

mesoestetic | Nach langer Forschung lanciert mesoestetic die neue Linie „age element“, bestehend aus fünf Produkten. Sie basiert auf der Epigenetik, wodurch die Auswirkungen dieser Mechanismen auf die genetische Ausprägung umgekehrt werden sollen, um den Zeichen der Hautalterung entgegenzuwirken und so das Erscheinungsbild der Haut zu verbessern.

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



NEUES DUO

Craith Lab | Das „Bionetic Collagen Duo“ besteht aus einem Serum und einer Creme. Es verspricht, zelluläre Verjüngungsprozesse mithilfe von biologisch hergestelltem Kollagen anzukurbeln und für einen jugendlichen Teint zu sorgen. Aufgrund der kleinen Molekülgrösse soll das Kollagen in der Lage sein, tief in die Haut einzudringen. Beide Produkte sind vegan.

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



DOPPELTE TEXTUR

Matis | Die „Authentik-Fundamental Mask“ von Matis kommt mit einer Doppeltextur daher und verbindet zwei gegensätzliche galenische Formeln: Die erste Phase besteht aus einer nährenden Creme, die zweite aus einem feuchtigkeitsspendenden Gel.

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

Kramer Cosmetics

präsentiert die neuen Produkte
von Germaine de Capuccini



Folge uns auf Instagram:
@germaine_switzerland

MESOBOOST

Electroporation Transdermal Meso-Chip System

Dieses wirksame Gerät bringt sterile Ampullen «LAB EXPERT» von Germaine de Capuccini in tiefste Hautschichten für Gesichts- und Cellulitebehandlungen.



OCEAN RESPECT

Die professionelle
Sonnenpflegelinie ohne
umweltschädigende
Inhaltsstoffe



Besuchen Sie uns an unserem neuen Standort
an der **Kasernenstrasse 1 in Bachenbülach.**

Daniel Kramer Cosmetics AG | Kasernenstrasse 1 | 8184 Bachenbülach
Telefon 044 886 25 01 | info@kramer-cosmetics.ch | kramer-cosmetics.ch

Kramer Cosmetics
Dedicated to beauty.

Schönheit boomt

INTERVIEW – In den Pandemie Jahren hat die Zahl an Schönheitsoperationen und minimal-invasiven Eingriffen deutlich zugenommen – so verzeichnete das Zentrum für Plastische Chirurgie in der Klinik Pyramide am See in Zürich einen Zuwachs von rund 25 Prozent. Wir haben mit Dr. Rosmarie Adelsberger, Fachärztin FMH und EBOPRAS für Plastische, Rekonstruktive und Ästhetische Chirurgie, über die aktuellen Entwicklungen gesprochen.



BEAUTY FORUM: Frau Dr. Adelsberger, Studien weltweit zeigen, dass die Nachfrage von ästhetischen Operationen und minimal-invasiven Eingriffen während Corona gestiegen ist. Inwiefern können Sie das bestätigen?

Dr. Rosmarie Adelsberger: Diesen Anstieg der Nachfrage können wir definitiv bestätigen. Wir sehen bei den ästhetischen Operationen sowie auch bei den minimal-invasi-

ven Eingriffen einen Zuwachs von rund 25 Prozent während der Pandemiejahre 2020 und 2021. Das Jahr 2021 zeigte sich im Vergleich zu 2020 als das umsatzstärkere Jahr.

Was, glauben Sie, sind mögliche Gründe dafür? Ist auch Social Media ein treibender Faktor?

Die meisten Patienten haben sich eine ästhetische Operation meist schon Monate

bis hin zu Jahren überlegt, bevor sie in die Sprechstunde zur Beratung kommen. Die Pandemie mit Homeoffice, Social Distancing, weniger Ferien und weniger Ausgaben hat dazu geführt, dass viele sich eine Operation finanziell sowie vor allem auch zeitlich besser leisten konnten. Die meisten mussten für die Erholungszeit keine Ferien beziehen und konnten so den Eingriff ohne Wissen von Vorgesetzten und Arbeits-

Foto: Neon Shot/Shutterstock.com

kollegen durchführen. Das heisst, die Zunahme der ästhetischen Operationen wird eher als „günstige Gelegenheit“ erklärt, als ein Boom an spontanen Wünschen nach Selbstoptimierung.

Anders hingegen ist es bei den minimal-invasiven Behandlungen. Durch die vermehrte Selbstansicht bei den Videokonferenzen haben sich viele zunehmend über Falten oder einen müden Gesichtsausdruck beschwert, was meist mit wenig Aufwand, also minimal-invasiv, behandelt werden konnte. Hier kam die Entscheidung, eine Behandlung durchzuführen, meist spontaner als für die Operationen.

Die sozialen Medien sind im Allgemeinen sicher ein treibender Faktor für ästhetische Behandlungen und Operationen. Einerseits sehen die Benutzer, was alles möglich ist (zum Beispiel Vorher-Nachher-Bilder, die Vielzahl an verschiedenen Behandlungen, Erfahrungsberichte und Influencer), andererseits werden verschiedene Themen enttabuisiert wie die Intimchirurgie. Das Gefährliche an den sozialen Medien ist jedoch, dass die Benutzer ein negatives Selbstbild mit der Zeit entwickeln können: Sie sehen Makel an sich, die sie bisher nicht gestört hatten. Auch dass die Er-

„Die Faltenbehandlungen mit Botulinumtoxin A und Hyaluronsäure sind über Jahre hinweg die gefragtesten Behandlungen. Immer öfter kommen Behandlungen mit Fäden hinzu.“

wartungen nicht mehr realistisch sind, da die sozialen Medien mehrheitlich nur die schönsten Resultate posten, kann problematisch sein.

Risiken und Komplikationen werden meist nicht erwähnt oder sogar verschwiegen, weshalb ein seriöses Beratungsgespräch bei einem Fachspezialisten (FMH) für Plastische, Rekonstruktive und Ästhetische Chirurgie unabdingbar ist.

UNSERE EXPERTIN



DR. ROSMARIE ADELSBERGER

... ist Fachärztin FMH und EBOPRAS für Plastische, Rekonstruktive und Ästhetische Chirurgie.

Sie hat an der Universität Zürich Humanmedizin studiert und arbeitet seit 2016 im Zentrum für Plastische Chirurgie in der Klinik Pyramide am See und ist seit 2017 im dazugehörigen Face Atelier tätig.

Welche Operationen werden am häufigsten in Ihrer Klinik angefragt?

Die am häufigsten durchgeführten Operationen im Zentrum für Plastische Chirurgie in der Klinik Pyramide am See – die über die vergangenen Jahre immer konstant waren – sind:

- Brustoperationen (Vergrösserung, Verkleinerung, Straffung)
- Augenlidstraffung (Ober- und Unterlid)
- Fettabsaugung
- Nasenkorrektur
- Bauchstraffung
- Gesichts- und Halsstraffung
- Intimchirurgie (beispielsweise die Reduktion der inneren Schamlippen oder Vaginalplastik)

Und welche Trends zeigen sich bei minimal-invasiven Eingriffen?

Ein wirklicher „Trend“ ist nicht sichtbar, sondern eher eine Konstante. Die Faltenbehandlungen mit Botulinumtoxin A und Hyaluronsäure sind über Jahre hinweg die gefragtesten Behandlungen. Immer öfter kommen Behandlungen mit Fäden hinzu. Hier muss jedoch auf eine gute Patientenauswahl geachtet werden, da nicht jeder für ein sogenanntes Fadenlift geeignet ist. Zu-

sätzlich wird immer mehr mit diversen medizinischen Geräten gearbeitet, zum Beispiel mit Laser, Radiofrequenz, Ultraschall und Microneedling. Hier wird die Vielfalt schon meist unübersichtlich für den Laien. Aufwand und Ertrag solcher Behandlungen sollten im Vorfeld gut abgeklärt werden, da eine Behandlung mit viel Aufwand und wenig Ertrag enttäuschend ist. Im Gegensatz zu einer Operation sollten die Behandlungen in regelmässigen Abständen wiederholt werden für ein langfristiges und optimales Ergebnis.

Die minimal-invasiven Eingriffe sollen den Patienten nicht verändern, sondern frischer und gesünder aussehen lassen.

Welche Altersstruktur haben Ihre Patienten? Gibt es hier eine Veränderung in den vergangenen Jahren zu beobachten?

Auch hier sind die Zahlen relativ konstant. Das Alter schwankt natürlich je nach durchgeführter Operation. Bei den Brustvergrösserungen sind die Patientinnen verständlicherweise jünger als bei einer Oberlidstraffung. Im Durchschnitt sind die Frauen 39 Jahre alt. Die Männer sind meist älter mit einem Durchschnitt von 47 Jahren.

Sind auch Männer zunehmend bereit, sich unter das Messer zu legen?

Hier sind die verfügbaren Daten sehr unterschiedlich. Weltweit wird von einer Zunahme der männlichen Patienten gesprochen. Wir aber haben auch hier seit Jahren einen unveränderten Anteil von circa 10 Prozent an männlichen Patienten – bei den Operationen und bei den minimal-invasiven Eingriffen.

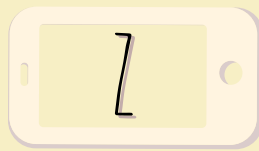
Was gilt es nach einem Eingriff beziehungsweise nach einer Operation zu beachten? Kann die Patientin direkt danach zur Kosmetikerin gehen?

Hier kommt es sehr auf die durchgeführte Operation oder den minimal-invasiven Eingriff an und kann nicht pauschal beantwortet werden. Meist ist jedoch der direkte Gang zur Kosmetikerin nicht empfehlenswert. Grundsätzlich werden die Patienten beim Beratungsgespräch sehr genau darüber informiert, auf was sie nach der Operation oder Behandlung achten müssen. □

Das Interview führte Jaqueline Kramer.



GENERATION



- Jahrgänge 1995–2010
- Alter: 27–12 Jahre
- Gen Z sucht nach aussergewöhnlichen Erlebnissen
- Traditionalisten, die sich wieder an Baby Boomer annähern

So erreichen Sie die Zoomer

DIE GENERATIONEN ALS KUNDEN, TEIL 10 – Die Generation Z, auch „Zoomer“ genannt, ist zum jetzigen Zeitpunkt die jüngste Konsumgeneration. Die zwischen 1995 und 2010 Geborenen sind mit Smartphones und Internet aufgewachsen. Im Vergleich zur Gen Y legen sie mehr Wert auf Familie und Freizeit – Arbeit steht für sie an zweiter Stelle. Gesellschaftspolitische Themen wie Umweltschutz und Diversität spielen für sie hingegen eine grosse Rolle.

Anders als Vorgängergenerationen wuchsen die „Zoomer“ mit Smartphones in der Hand auf. Durch diese komplette Digitalisierung sind sie bestens mit den Tools rund um Bild- und Video-Produktion vertraut und stets auf Social Media präsent. **Sehen und gesehen werden ist der Generation Z wichtig**, und die stetige Angst, etwas zu verpassen, was gerade wichtig und nur kurze Zeit sichtbar sein könnte, führt zu hoher Bildschirmzeit.

Video is King!

Konsumiert werden meist keine herkömmlichen, statischen Medien, sondern passende Inhalte, wann und wo sie wollen. **Vielfach auch Inhalte, die von Personen derselben Generation produziert werden.** Kurze, auffallende Inhalte, die sich nahtlos in die üblicherweise konsumierten Kanäle einfügen und mit visuellen Effekten und Musik überlagert werden, haben sich für Influencer und Marken gleichermaßen als Marketinggold erwiesen. Der aktuelle Boom der Plattform TikTok ist der beste Beweis dafür.

Influencer als Vertrauenspersonen

Influencer haben für „Zoomer“ eine grössere Anziehungskraft als klassische Promis. Sie wirken vertrauenswürdiger, sodass sich ihre Werbung eher wie eine Empfehlung eines

Freundes anfühlt. Diese einzigartige Mischung aus Sympathie und Anspruch ist äusserst wirkungsvoll und kommt nachweislich sehr gut an. **Tatsächlich ist die Wahrscheinlichkeit, dass Gen Z einen Kauf aufgrund einer Empfehlung eines Influencers tätigt, fast doppelt so hoch wie bei den Millennials.** Es zählen jedoch nicht nur die grossen Influencer, sondern auch Personen mit kleinerer Reichweite können einen positiven Einfluss auf Image und Verkauf haben. Sogar die eigenen Mitarbeiter können mit gezielten ehrlichen Beiträgen sehr wirksame Mikro-Influencer sein.

Empfehlungsmarketing

Da Bewertungen und Feedbacks anderer Konsumenten bei dieser Generation einen sehr hohen Stellenwert haben, tragen sie wesentlich zum Kaufentscheid bei. Die „Zoomer“ wissen, wo und wie sie solche Feedbacks bekommen, und nehmen sich gerne vor Kaufentscheid die Zeit nachzuforschen. Hier profitieren Firmen, die ihre Kunden aktiv auffordern, sich positiv über das Geschäft zu äussern. Dies sollte man den Kunden so einfach wie möglich machen und sie auch immer wieder darum bitten.

Authentische Kommunikation

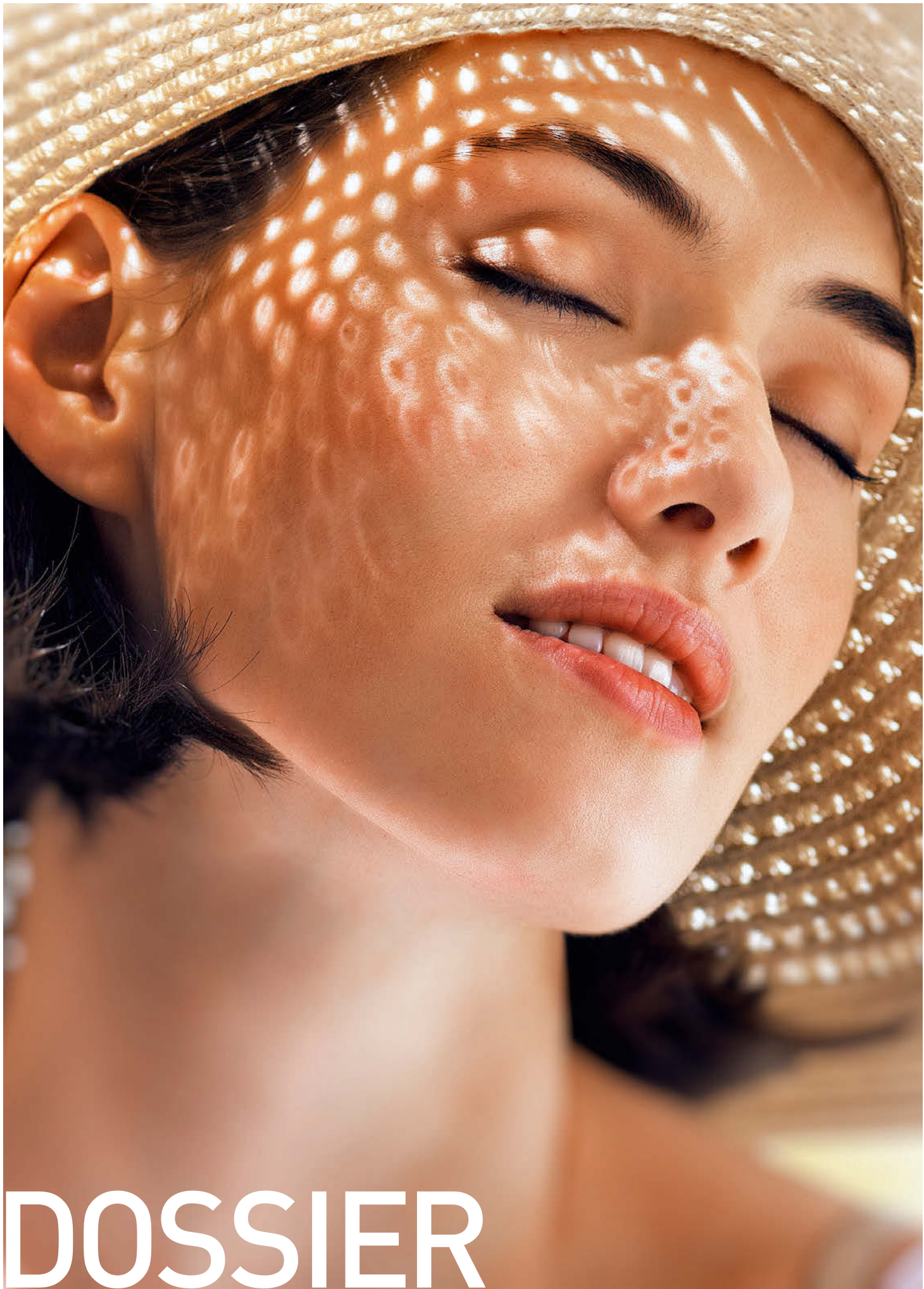
Eine Kommunikation auf Augenhöhe, Vertrauen in die gemachten Aussagen

sowie guter und konstruktiver Umgang mit Feedback sind sehr wichtig. Bei direkter Ansprache sollte Wert auf authentische Aussagen gelegt werden. Versuchen Sie nicht, erzwungen jung aufzutreten, dies wird schnell durchschaut. Gesellschaftspolitische Themen wie Umweltschutz und Diversität haben einen hohen Stellenwert. **Die Gen Z erwartet von Marken klare Stellungnahmen** – dabei müssen die gemachten Aussagen glaubwürdig und ehrlich sein. Die Generation Z erkennt sehr schnell, ob Werbung nur für den Verkauf gemacht wurde oder ob etwas hinter den Aussagen steht. **Eine gendergerechte Erscheinung wird auf allen Kanälen sehr geschätzt.** Hier ist der Gesamteindruck von Diversität wichtig, der von Werbebildern bis zur direkten Ansprache in Texten reicht. Das Überarbeiten der eigenen Webseite mit aktuellen und modernen Inhalten kann sich hier sehr lohnen. □



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

It's Hot IN HERE

» TREATMENTS FÜR DIE AUGENPARTIE «

Endlich heisst es wieder: Sommer, Sonne – und leider auch Sonnenbrand-
gefahr! So sehr Ihre Kundin die heissen Sommermonate geniesst, so sehr
sollte Sie auch auf ihre Haut achten. Auf den kommenden Seiten folgen die
besten Pflegekonzepte und Treatments für sonnen-
sensible Haut im Institut.



BEREITS ERSCHIENEN:

- 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
- 2/2022 Innere Werte
- 3/2022 Frühjahrsputz für die Haut
- 4+5/2022 Treatments für die Augenpartie



NÄCHSTE AUSGABEN:

- 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



Allergisch auf *Sonnenlicht?!*

DIE HAUT AUF DIE SONNE VORBEREITEN – Die „sonnenentwöhnte“ Haut reagiert häufig zu Beginn des Sommers mit Sonnenbränden (Dermatitis solaris) und Irritationen. Auch im Volksmund als Sonnenallergie bezeichnete Reaktionen entstehen häufig dann, wenn die Sonnenexposition zu Beginn der warmen Jahreszeit zunimmt. Worauf es nun bei der richtigen Pflege der Haut ankommt und welche Präventionsmassnahmen sinnvoll und wirksam sind, verrät dieser Artikel.

Die Begriffe „Sonnenallergie“ oder „Mallorca-Akne“ werden häufig fälschlicherweise synonym für eine Reihe unterschiedlicher Erkrankungen verwendet, bei denen der Einfluss von Sonnenlicht eine bedeutsame Rolle spielt.

Dermatitis solaris

Die als Sonnenbrand bezeichnete entzündliche Hautreaktion gilt als bekannteste Veränderung der Haut, die durch UV-Strahlen verursacht wird. Die Dauer von Sonnenbränden hängt davon ab, wie schwer die Verbrennung ausgefallen ist.

In der Regel tritt der Sonnenbrand vier bis acht Stunden nach dem Sonnenbaden auf. Den Höhepunkt der Beschwerden erreicht die Haut nach zwölf bis 24 Stunden. Das liegt daran, dass im Gegensatz zu einer typischen Verbrennung, bei der die Schmerzrezeptoren durch Hitze sofort aktiviert werden, in der Haut durch die zu starke UV-Strahlung erst einmal eine Entzündungsreaktion entwickelt werden muss. Erst dann wird der Schaden auf und in der Haut fühl- und sichtbar. Die charakteristischen klinischen Anzeichen sind Rötungen, die durch oberflächlich erweiterte Blutgefässe entstehen. Ein Wärmegefühl geht mit dem Erythem sehr häufig einher. Wichtig: Auch Haut, die nicht verbrannt aussieht, hat unter den UV-Strahlen gelitten.

Polymorphe Lichtdermatose

Die häufigste Form der Hautveränderungen, die durch Sonnenlicht verursacht werden, werden als „polymorphe Lichtdermatose“ (kurz: PLD) bezeichnet. Je nach Region sind zehn bis 20 Prozent der Europäer, in der Regel eher Kinder oder junge Erwachsene (vorwiegend Frauen) mit hellerem Hauttyp, betroffen.

Hautstellen, die mit der Sonne in Berührung kommen, können mit stark juckenden, fleckigen Ausschlägen reagieren sowie Quaddeln und Bläschen bilden. Eine solche Reaktion kann we-

nige Stunden oder Tage nach dem Sonnenbad auftreten. Die Ursache ist bisher noch nicht ausreichend geklärt. Wissenschaftler gehen jedoch davon aus, dass eine genetische Disposition vorliegt und – ähnlich wie bei einer Autoimmunerkrankung – das Abwehrsystem gegen körpereigene Zellen vorgeht.

Mallorca-Akne

Diese Art der Hautveränderungen werden nicht durch körpereigene Reaktionen verursacht, sondern vielmehr durch eine Unverträglichkeit gegenüber dem Zusammentreffen von Emulgatoren und/oder bestimmten Fetten in Hautpflegeprodukten und Sonnenstrahlen.

Eine Mallorca-Akne wird charakterisiert durch rote Flecken, Papeln und Pusteln sowie Quaddeln und starken Juckreiz auf den „Sonnenterrassen“ des Körpers: dem Dekolletée, den Schultern, den Armen sowie dem Gesicht. Diese Art der Hautreaktion tritt wesentlich seltener auf als die PLD.

„Mit der richtigen Pflege und den passenden Präventionsmassnahmen ist die Haut gut vor Sonne geschützt.“

Phototoxische und photoallergische Reaktion

Diese Reaktionen werden durch photoallergische Substanzen, zum Beispiel Medikamente ausgelöst, die durch lokale Applikation oder systemisch in die Haut gelangen und dort durch UV-Strahlen unterschiedlicher Wellenlängen (meist UV-A-Strahlen) photochemisch angeregt werden. Verantwortlich sind unter anderem Substanzen aus der Gruppe der Diuretika, Antiarrhythmika, Antibiotika und Antipsychotika.



ZUSATZINFO

Das Vorbräunen im Solarium bringt weder sicheren Schutz, noch ist es gesund für unsere Haut. Ganz im Gegenteil, denn Sonnenbänke sind in der Regel nur mit UV-A-Strahlung ausgestattet und fördern den Alterungsprozess der Haut enorm.

Mehr als 280 Medikamente sind in Deutschland bekannt dafür, photosensibilisierende Eigenschaften zu haben. Photoallergische Reaktionen, die ausschliesslich an lichtexponierten Stellen vorkommen, treten im Vergleich seltener auf als phototoxische, denn eine vorausgegangene Sensibilisierungsphase ist die Voraussetzung. Die phototoxische Reaktion ähnelt im Erscheinungsbild einem Sonnenbrand: Stunden nach dem Sonnenbad brennt die Haut unangenehm, wird rot, im schlimmsten Fall können sich Bläschen bilden. Insbesondere bei dieser Reaktion sollte präventiv, beispielsweise vor einem Reiseantritt, über mögliche Wechselwirkungen von Medikamenten mit UV-Strahlen Rücksprache mit einem Arzt gehalten werden. Sofern das verantwortliche Medikament nicht abgesetzt oder ersetzt werden kann, ist ein konsequenter UV-Schutz unerlässlich.

Prävention und Primärschutz

Unabhängig davon, ob es zu einer Hautreaktion durch die UV-Strahlung gekommen ist, ist die tägliche und grosszügige Anwendung von UV-Schutz empfehlenswert.

Die Präparate schützen nicht nur vor der Entstehung von Sonnenbrand, sondern sie sind auch der Schlüssel in der Hautkrebsprävention und nehmen eine wesentliche Bedeutung ein, wenn es um einen gesunden Alterungsprozess der Haut geht (Stichwort „Well-Aging“). Aber insbesondere in Bezug auf die Polymorphe Lichtder-





Aloe vera und Sanddorn sind effektive Helfer bei akuten Beschwerden und haben nachweislich ein antioxidatives Potenzial.

matose ist ein Sonnenschutz mit hohem LSF empfehlenswert.

Leichte, gelartige Formulierungen eignen sich hervorragend und werden von den Kunden als angenehm empfunden. Ein spezieller an der Sonnencreme durchgeführter Test, bei dem der RPF (= radical protection factor) ermittelt worden ist, sagt aus, wie hoch das radikale Potenzial des Produktes ist. Je niedriger, desto besser eignet sich das Präparat für die Anwendung bei der Mallorca-Akne.

Sekundärschutz

Sekundärer Schutz soll den Selbstheilungsprozess der Haut unterstützen. Er unterteilt sich in:

- Hydratisierung,
- Zellschutz und
- Entzündungshemmung.

ALLGEMEINE BEHANDLUNGS-ANSÄTZE

Bei sonnensibler Haut beachten:

- Kühlen (Vorsicht: kein Eiswasser oder Eis, sondern gekühlte Präparate verwenden)
- Rötungen reduzieren
- Missempfindungen und ggfs. Juckreiz mindern
- Hydratisieren
- Zellreparatur und Antioxidantien einarbeiten
- Konsequente UV-Karenz

Wichtig: Das Sonnenschutzprodukt sollte allerdings zuvor abgewaschen werden. Mit Blick auf die Wirkstoffe eignen sich unter anderem:

Aloe vera ...

... in Form einer kühlenden Gelmaske unmittelbar nach der Sonnenexposition. Für den Wirkstoff gibt es wissenschaftliche Wirksamkeitsnachweise, die eine Synthesesteigerung der Fibroblastenzellstruktur und der kollagenen Fasern belegen, gleichzeitig zeichnet sich der Wirkstoff durch seinen hydratisierenden Effekt aus.

Der Pflanzenwirkstoff hat zudem eine prophylaktische Wirkung, wenn er vor, während und nach hautschädigenden Ereignissen angewendet wird. Eine Lagerung des Produktes im Kühlschrank unterstützt den kühlenden Effekt. Auch Präparate mit Provitamin B5 (Panthenol) überzeugen durch ihre reizberuhigende und zellreparierende Wirkung.

Panthenol ...

... verbessert die Hornhautfeuchtigkeit, verringert den TEWL und steigert die Fibroblastenproliferation. Der Wirkstoff hat eine entzündungshemmende Wirkung auf UV-induzierte Erytheme und unterstützt die Epithelisierung der Haut.

Der Wirkstoff Palmitamide MEA ...

... stimuliert einen Hautrezeptor, so dass Entzündungsvorgänge einge-

dämpft und die Hautreifung gefördert werden. Sanddornfruchtfleischöl reguliert die Expression von Matrix-Metalloproteinasen, Kollagen-Typ III und Wachstumsfaktoren hoch.

Verarbeitet in einer hydrophilen Lotion, lässt sich die Textur auftragen, ohne Reibung zu verursachen. □

Quellen:

- 1 Ebner, Fritz, et al. „Topical use of dexpanthenol in skin disorders.“ *American journal of clinical dermatology* 3.6 (2002): 427-433.
- 2 Kora?, Radava R., and Kapil M. Khambholja. „Potential of herbs in skin protection from ultraviolet radiation.“ *Pharmacognosy reviews* 5.10 (2011): 164.
- 3 Rostan, Elizabeth F., et al. „Evidence supporting zinc as an important antioxidant for skin.“ *International journal of dermatology* 41.9 (2002): 606-611.
- 4 Upadhyay, NK1, et al. „Safety and healing efficacy of Sea buckthorn (Hippophae rhamnoides L.) seed oil on burn wounds in rats.“ *Food and Chemical Toxicology* 47.6 (2009): 1146-1153.



ANNA TERSTEEG

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



SICHER & NACHHALTIG

comfort zone | Basierend auf wissenschaftlichen Forschungen, lanciert comfort zone die neue Linie „Sun Soul“. Die Sonnenschutzprodukte sollen noch sicherer für die Haut und gleichzeitig nachhaltiger für die Umwelt sein dank der biologisch abbaubaren Formel. UV-A- und UV-B-Schutz wird mit der „Peptide DNA-Defense“-Technologie verbunden, die verspricht, der Hautalterung vorzubeugen.

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



GUT FÜR DIE MEERE

Germaine de Capuccini | Mit „Timexpert Sun“ bietet das spanische Skincare-Label ein umfassendes Sortiment an Lichtschutzfiltern mit der Wirksamkeit seiner Anti-Aging-Behandlungen. Um die Umweltbelastung zu reduzieren, wurde die Serie mit „Ocean Respect“-Rezepturen überarbeitet.

Tel. 044 886 25 01,
www.kramer-cosmetics.ch

HEISSE HITS

Für Sonnentage



ZART, ABER STARK

skincosmedic | Die „Sun Drops“ von skincosmedic können pur oder gemischt mit der eigenen Tagescreme oder Foundation aufgetragen werden. Das fettfreie Sonnenschutzfluid enthält UV-A- und UV-B-Filter und verspricht, lichtbedingter Hautalterung entgegenzuwirken.

Tel. 041 210 48 33,
www.skincosmedic.ch



SONNENTRIO

Dr. Hauschka | Die drei Neuheiten von Dr. Hauschka schützen, erfrischen und regenerieren die Haut an heißen Sonnentagen. Die „Sonnencreme Gesicht“ mit LSF 10 schützt bei geringer Sonneneinstrahlung, während die „Getönte Sonnencreme Gesicht“ den Teint perfektioniert und einen LSF 30 bietet. Die „After Sun Lotion“ erhielt eine nachhaltigere Verpackung und mehr Inhalt.

Tel. 031 388 80 10,
www.dr.hauschka.ch



SCHUTZ MIT JEDEM TROPFEN

CNC Skincare | Die „Sun Drops“ von CNC sind ein leichtes, fettfreies Lichtschutzfluid. Eine Kombination aus photostabilen UV-A- und UV-B-Filtern sorgt für Schutz gegen UV-bedingte Hautalterung. Das Fluid ist bis zu vier Stunden wasserresistent und konform mit dem Hawaii-Riffgesetz.

Tel. 061 271 60 61,
www.cnc-cosmetic.ch

Die Top 3 Treatments

BEHANDLUNGEN FÜR SOMMERHAUT – Ein zuverlässiger und pflegender Sonnenschutz mit hohem Lichtschutzfaktor ist bei Sonnenexposition unverzichtbar. Was Sie für Ihre Kundin im Institut tun können, um sonnenempfindliche Haut zu schützen und ihre Jugendlichkeit lange zu bewahren, erfahren Sie hier. Kosmetikerin Giedre Rasche stellt drei Treatments für sonnensensible Haut vor.

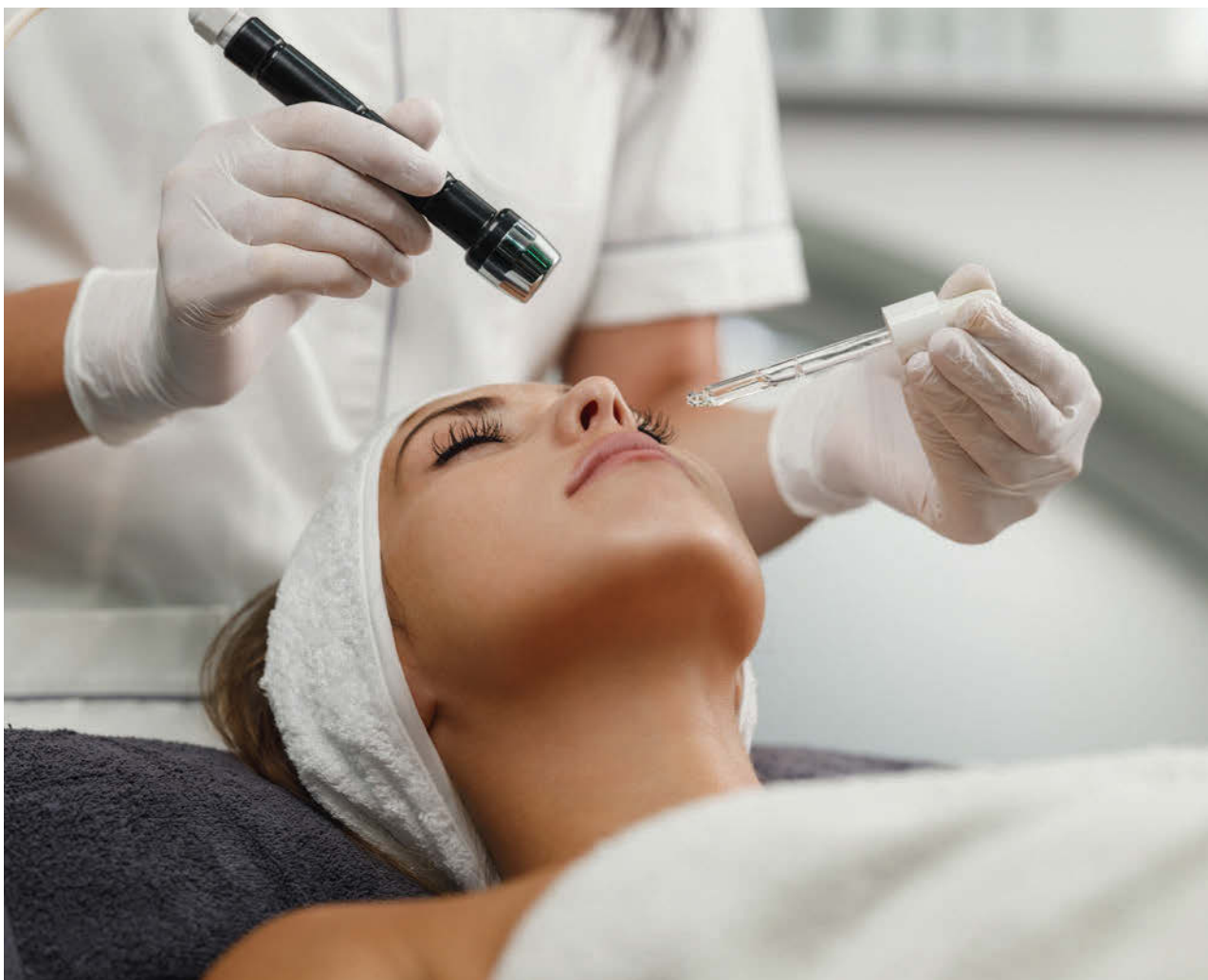


Foto: Milanmarovic73/Shutterstock.com

Mesoporation

Wenn das Thermometer steigt, ist es wichtig, dem Feuchtigkeitsmangel in der Haut entgegenzuwirken. Kunden sollten viel Wasser trinken und auch ihre Haut durchfeuchten. Die kosmetische Mesotherapie (Mesoporation) ist eine der besten Methoden, die Haut von innen zu regenerieren, zu glätten und aufzupolstern.

So gehen Sie Schritt für Schritt vor:

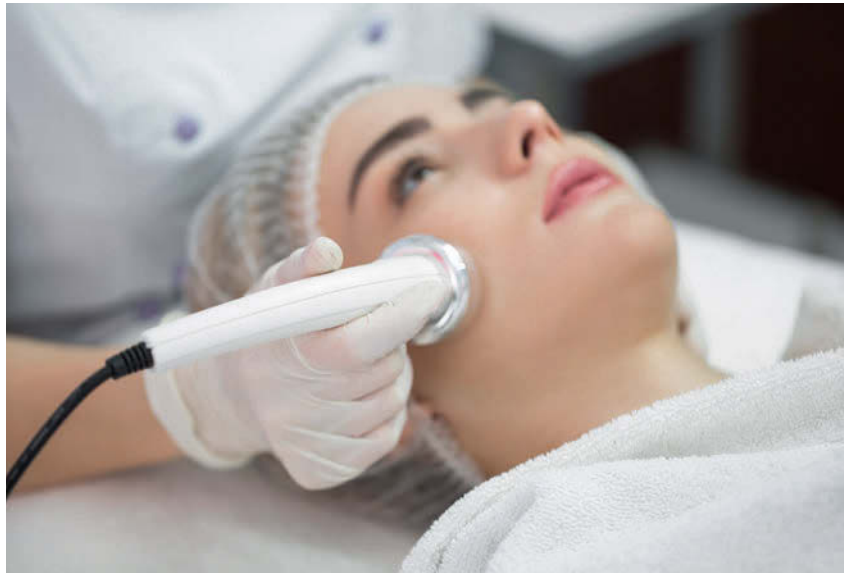
- ➊ Zuerst reinigen Sie die Haut gründlich mit einem Reinigungsprodukt ab.
- ➋ Danach tragen Sie ein Enzym-Pee-ling auf die Haut auf und lassen es circa 5 bis 10 Minuten auf der sauberen Haut einwirken.

Wichtig: Achten Sie darauf, dass die Haut nicht zu empfindlich ist nach der Sonne. Ansonsten lassen Sie das Peeling nur kurz einwirken oder lassen Sie diesen Schritt einfach weg.

- ➌ Jetzt folgt die kosmetische Mesotherapie: Die Membranen der Hautzellen werden vorübergehend durchlässig gemacht, um somit die individuell gewählten Wirkstoffe in die Haut schonend „einzuschleusen“.
- ➍ Tragen Sie eine Vliesmaske auf die Haut auf und lassen Sie sie für 15 Minuten einwirken. Die Behandlung dauert eine Stunde, und die Kosten starten ab CHF 180 pro Behandlung.

Kaltplasma

Diese hauterneuernde stark reparierende und regenerierende Behandlungsmethode wird oft und gerne von Kunden im Sommer in Anspruch genommen. Sogar sensible Haut lässt sich sehr gut mit dieser Methode behandeln. Durch das Kaltplasma wird die Mikrozirkulation der Haut angeregt, Kollagen zu bilden. Dabei wird die Zellregeneration beschleunigt, und durch stark erhöhte Permeabilität der Haut wird die Eindringtiefe für die hoch dosierten Wirkstoffe wie Hyaluronsäure und Vitamine optimal vorbereitet. Das Resultat ist eine Verbesserung der Hautfeuchtigkeit, eine



Eine Ultraschallbehandlung empfiehlt sich besonders nach dem Sonnenbad.

geschmeidigere Hautoberfläche sowie die Reduktion von Falten. Die Haut erhält ein insgesamt strafferes, festes, vitaleres und frischeres Erscheinungsbild. Kleine Fältchen werden sichtbar gemindert und Pigmentflecken stark minimiert. Die Haut nach der Behandlung ist rosig, frisch und optimal mit Wirkstoffen versorgt.

So gehen Sie Schritt für Schritt vor:

- ➊ Zuerst reinigen Sie die Haut gründlich mit einem Reinigungsprodukt ab.
- ➋ Danach tragen Sie ein Enzym-Pee-ling auf die Haut auf und lassen es circa 5 bis 10 Minuten auf der sauberen Haut einwirken.
- ➌ Es folgt die Kaltplasmabehandlung für circa 20 Minuten.
- ➍ Tragen Sie einen Masken-Cocktail auf die Haut auf und lassen Sie ihn für circa 15 Minuten einwirken.

Die Behandlung dauert eine Stunde, und die Kosten beginnen ab CHF 130 pro Behandlung.

Ultraschall

Falten, Pigmentflecken und trockene, sonnenempfindliche Haut lassen sich sehr gut mit Ultraschall behandeln und nachhaltig verbessern. Die feinen Vibrationen des Ultraschalls aktivie-

ren den Stoffwechsel, regen die Bildung von Kollagen und Elastin an und lassen Pflegeprodukte in die tieferen Hautschichten eindringen. Besonders nach dem Sonnenbad lässt sich die Haut schonend, aber gleichzeitig auch effektiv mit Ultraschall behandeln.

So gehen Sie schrittweise vor:

- ➊ Reinigen Sie die Haut und tragen Sie ein Enzym-Pee-ling für circa 10 Minuten auf.
- ➋ Tragen Sie Wirkstoffkonzentrate und Vitamine auf die Haut auf, und starten Sie sofort mit der Ultraschallbehandlung für etwa 15 Minuten.
- ➌ Tragen Sie eine Maske, zum Beispiel ein Hyaluronvlies, oder, je nach Hautzustand, einen Masken-Cocktail auf die Haut auf und lassen Sie ihn für 10 Minuten einwirken.

Die Behandlung dauert eine Stunde, und die Kosten liegen bei CHF 150. □



GIEDRE RASCHE

Die gelernte Kosmetikerin ist Inhaberin von zwei Kosmetik-instituten. Spezialisiert ist sie auf apparative Kosmetik und Medical Beauty.
www.sanabeauty.de

Sommer, Sonne – und die Hände?

Die UV-Strahlen können nicht nur Auswirkungen auf die Haut haben, sondern auch auf die Nägel. Verantwortlich hierfür ist die UV-A-Strahlung, die dafür sorgt, dass auch die Nägel austrocknen.



Foto: Nemanja Grujic/Shutterstock.com

EINFLUSS DER UV-STRAHLUNG AUF HÄNDE UND NÄGEL

– Unsere Hände sind fast das ganze Jahr der UV-Strahlung ausgesetzt. Diese führt zur frühzeitigen Bildung von Pigmenten und Fältchen. Mehr noch: Auch die Nägel und die Nagelmodellage werden von der UV-Strahlung beeinflusst.



Der Sonnenschutz ist auch für die Nägel wichtig, doch kommt Nagellack in Verbindung mit Sonnenschutz, kann dieser sich zu einer klebrigen, matten Masse auflösen.

Eine kurzfristige Folge von zu langem Sonnenbaden für die Hände kann Sonnenbrand sein. Die im UV-Licht enthaltene UV-B-Strahlung führt zu Verbrennungen und die Hände sind rot. In schweren Fällen sind Juckreiz, Schmerzen und Brandblasen möglich. Daher sollte man im Sommer nie ohne Lichtschutzfaktor aus dem Haus gehen. Ist es schon zu spät, hilft es bei Sonnenbrand, die Haut mit kaltem Wasser oder feuchten Umschlägen zu kühlen oder spezielle kühlende After-Sun-Produkte zu verwenden.

Feuchtigkeitsverlust

Die UV-Strahlen können aber nicht nur Auswirkungen auf die Haut haben, sondern auch auf die Nägel. Verantwortlich hierfür ist die UV-A-Strahlung, die dafür sorgt, dass auch die Nägel austrocknen. Um die Nägel vor den schädlichen Auswirkungen der Sonne zu schützen, empfiehlt es sich, den Sonnenschutz nicht nur auf die Hände, sondern auch auf die Nägel aufzutragen. Diese sollten nach einem Sonnenbad mit Nagelöl versorgt werden, um den Feuchtigkeitsverlust auszugleichen.

Schutz und Nagellack

Es gibt nur einen Haken, wenn Sie Ihre Hände und Nägel vorbildlich mit Sonnenschutz eincremen: Tragen Sie

Nagellack, empfiehlt es sich nicht, den Sonnenschutz direkt auf die Nägel aufzutragen. Kommt Nagellack in Verbindung mit Sonnenschutz, kann dieser sich zu einer klebrigen, matten Masse auflösen. Der Nagellack kann dann einfach vom Nagel abgeschabt werden, was alles andere als ästhetisch aussieht. Der Grund dafür ist, dass in manchen Sonnencremes ähnliche Inhaltsstoffe wie in Nagellackentfernern enthalten sind. Daher direkt nach dem Eincremen mit Sonnenschutz die Nägel mit einem feuchten Tuch vorsichtig abwischen. Wichtig ist hier, wirklich nicht zu stark zu reiben, weil sonst die Bestandteile des Sonnenschutzes in die Nägel eingearbeitet werden und der negative Effekt trotzdem eintritt.

Gelblich verfärbt

Durch die verstärkte Sonneneinstrahlung auf die manikürten Nägel im Sommer kann es leider passieren, dass die Nageldesigns gelb werden. Die Bestandteile des Sonnenschutzes lagern sich an der leicht unebenen Oberfläche der manikürten Nägel ab. Auch wenn die Nägel hochglänzend und poliert wirken, ist ihre Oberflächenstruktur ein klein wenig uneben. Gerade die UV-Filter des Son-

nenschutzes lagern sich dort gerne ab. Die UV-Filter haben meist eine leicht gelbliche Farbe, was zur Verfärbung des Nageldesigns führen kann.

Um das zu vermeiden, gibt es einige Tipps, die Ihre Kundinnen beachten können:

- Vor dem Auftragen von Sonnenschutz die Nägel mit Nagelöl behandeln, damit die Poren geschlossen sind und die UV-Filter sich nicht an der Oberfläche festsetzen können.
- Handschuhe beim Auftragen von Sonnenschutz tragen.
- Bei vorhandenen gelblichen Verfärbungen kann die Oberfläche mit einem Cleaner gereinigt werden.
- Zum Abschluss der Maniküre empfiehlt es sich, einen Gel-Top-Coat auf die Maniküre aufzutragen. Dieser hat meist eine glatte, geschlossene Oberfläche. Es gibt auch spezielle Lacke, die einen UV-Protector enthalten, der ein Vergilben des Natur- und Gelnagels verhindert. □



DR. RAMONA TRÖBS

Die Dipl.-Naturwissenschaftlerin mit Promotion ist bei der Gustav Baehr GmbH zuständig für Regulatory Affairs und Quality Management.



NATÜRLICH? NATÜRLICH!

NATÜRLICH SCHÖN – Schonend für Mensch und Umwelt und dabei wirksam und verträglich – das sind die Ansprüche an Naturkosmetik. Auf den nächsten Seiten stellen wir Ihnen Firmen vor, die auf natürliche und wirkungsvolle Inhaltsstoffe setzen. Es ist bestimmt Interessantes für Sie und Ihr Institut dabei!

INHALT

Lydia Dainow	Seite 42
Premium Gel.....	Seite 43



Clean Beauty

Lydia Däinow setzt auf die Kraft der Natur!



Seit 88 Jahren setzen wir unseren Fokus auf hautverträgliche, wirksame Produkte, den sorgfältigen Umgang mit Ressourcen und nehmen Rücksicht auf Natur und Tierwelt.

Alle Lydia Däinow Produkte werden intensiv auf Wirksamkeit und Verträglichkeit getestet und müssen zudem auch die zeitgemässen Anforderungen an nachhaltige Rohstoffe, Herstellungsverfahren und Verpackung erfüllen.

Qualität aus der Schweiz

Wir entwickeln und produzieren unsere Produkte nach strengen Qualitätsrichtlinien in der Schweiz. Das Sortiment wird laufend optimiert und mit neuen innovativen Produkten ergänzt. So bieten wir ein stetig wachsendes Naturkosmetiksortiment, das komplett auf synthetische Inhaltsstoffe verzichtet. Die Produkte basieren auf sorgfältig ausgewählten, hochwirksamen und hautverträglichen natürlichen Inhaltsstoffen.



Unsere Naturkosmetikprodukte erkennen Sie an diesem Symbol. Damit gekennzeichnete Produkte sind zu 100 Prozent frei von jeglichen synthetischen Stoffen.

Breites Produktangebot

Entdecken Sie unsere Naturkosmetikprodukte, zum Beispiel das Perfect Eye Serum.

Das multifunktionale Augenserum enthält einen Wirkkomplex aus arabischem Jasmin, Weissdorn-, Tamarind- und Taraextrakt. Es bietet eine umfassende Pflege für die empfindliche Augenpartie, strafft und festigt die Konturen, verbessert die Mikrozirkulation und reduziert Augenringe und Schwellungen.

Naturkosmetikprodukt frei von synthetischen Inhaltsstoffen.



Lydia Däinow Suisse
Cosmetic GmbH

Hauptstrasse 15
5027 Herznach
Tel. +41 (0)62 878 31 41
info@lydiadainow.com
www.lydiadainow.ch



Natürlich haarfrei

Professionelle Zuckerpaste von Premium Gel Sugaring



Das natürliche Sugaring fand seinen Ursprung vor rund 2000 Jahren im Orient, zu Zeiten von Kleopatra. Schon zu jener Zeit erkannten die Menschen die wertvollen Eigenschaften der Zuckerpaste und die damit verbundene sanfte Möglichkeit, die Körperhaare zu entfernen.

Made in Switzerland

Premium Gel Zuckerpaste verbindet beste Preisleistung mit höchster Schweizer Qualität.

Was bedeutet für uns Qualität? Die Premium Gel Zuckerpaste wird in der Schweiz hergestellt, ist dermatologisch getestet und besteht einzig aus drei natürlichen Inhaltsstoffen: Zucker, Wasser und Zitronensaft. Zusätzlich ist die Premium Gel Zuckerpaste vegan, tierversuchsfrei und biologisch abbaubar.

Natürliche Haarentfernung

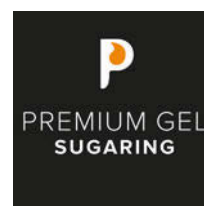
Sugaring ist eine umweltbewusste und natürliche Haarentfernungsmethode

und gewinnt immer mehr an Beliebtheit. Viele Kundinnen und Kunden, die normalerweise ihre Haare mit Wachs entfernen und einmal Sugaring testen, bleiben anschliessend bei der Sugaring-Haarentfernung.

Eine professionelle Sugaring-Behandlung mit der Handtechnik ist bedeutend weniger schmerzhaft als Waxing, da die Zuckerpaste an den Haaren haftet und nicht an der Haut. Mit der Sugaring-Haarentfernung als Behandlungsangebot können Sie Ihren Kundinnen und Kunden eine wahrliche Bereicherung bieten.

Überzeugen Sie sich selbst

Sie beherrschen die Sugaring-Handtechnik und möchten unsere Produkte testen? Auf unserer Webseite können unentschlossene Neukunden kostenlos Muster der Premium Gel Zuckerpaste bestellen. Überzeugen Sie sich selbst von unserem qualitativ hochwertigen Produkt.



Premium Gel Sugaring

Tel. +41 (0)71 622 44 60

info@premiumgel.ch

www.premiumgel.ch

Sommerfüsse

FÜSSE FIT MACHEN FÜR DIE SANDALENSAISON – Die ersten Sonnenstrahlen erwärmen unsere Seele, die Füße dürfen raus aus den geschlossenen Schuhen und sich in Sandalen präsentieren. Dass dieser Auftritt auch gepflegt ist, dafür sorgen Sie als Fachfusspflegerin mit unterschiedlichen Fusspflegetechniken. Denn alle Kunden haben den gleichen Wunsch: gepflegte und schöne Füße für einen luftigen Sommerauftritt!



Foto: Fahrni/Shutterstock.com

Da die Füße im Winter in geschlossenem Strumpf- und Schuhwerk verpackt waren, hatte die Haut nicht viel Luft zum Atmen gehabt und erscheint matt und trocken. Da sich trockene Haut nicht ausreichend selbst versorgen kann, ist es besonders wichtig, sie von aussen zu unterstützen, um ihren natürlichen Säureschutzmantel zu stärken.

Fit für den Sommer

An den Fersen oder Ballen entstehen oft auch Schrunden, Risse in verhornter oder entzündeter Haut. Oft ist die Haut so hart und spröde, dass sie aufbricht. Da die Hautrisse meist an belasteten Stellen entstehen wie Ferse oder Ballen, kann dies auch mit Schmerzen einhergehen. Hautpflegeprodukte mit Seidenproteinen und sowohl fett- als auch feuchtigkeitsspendenden Wirkstoffen, zum Beispiel Allantoin, Aloe vera, Glycerin, Hyaluronsäure, Vitamin E, Nachtkerzenöl, Sheabutter und Harnstoff, eignen sich bestens zur Versorgung der trockenen, schrundigen und gereizten Haut. Als Aufbereitungsform empfiehlt sich eine Schaumcreme.

Profi-Tipp: Beginnen Sie Ihr Sommerprogramm mit einem pflegenden Fussbad mit Hornhautweicherzusatz

und ergänzen Sie dieses immer um ein Peeling, mit dem die abgestorbenen Hautschüppchen abgetragen werden. Reinigung und Hautvorbereitung stehen hier an erster Stelle. Halten Sie im Verkauf ein Bimssteinchen, zum Beispiel in Fussform, bereit, das Sie auch um eine Pflege in Miniform für unterwegs ergänzen können. So sind Ihre Kunden auch unterwegs immer im Pflegemodus.

Flow-Massagen

Nach den klassischen Fusspflegearbeiten können Sie dann direkt in die Hautpflege gehen. Es versteht sich von selbst, dass jede Fusspflege mit dem Eincremen der Fusshaut abgerundet werden sollte. Aber gehen Sie hier noch einen Schritt weiter, indem Sie sich für die Pflege besonders viel Zeit nehmen und dafür eine Flow-Massage ansetzen.

„Hautpflegeprodukte mit Seidenproteinen und sowohl fett- als auch feuchtigkeitsspendenden Wirkstoffen [...] eignen sich bestens zur Versorgung der trockenen, schrundigen und gereizten Haut.“

Durch die rhythmischen Bewegungen wird die Durchblutung angeregt und es werden neue Energien freigesetzt. Die sanften Streichungen sind Balsam für die Füße und schenken ihnen Frische und Vitalität für gesunde Wege. Setzen Sie hier auf Flow-Massagen, die immer mit einem warmen Öl durchgeführt werden und nicht nur den Fuss, sondern auch das Bein mit Unter- und gegebenenfalls auch Oberschenkel bedienen. Nutzen Sie hier hochwertige Öle, die gerade die trockene Haut entlasten wie Avocado-, Jojoba-, Rosen-, Mandel-, Aragan-, Oliven- oder auch Lavendelöl.

Viele Öle gibt es fertig gemischt, andere wiederum können Sie in Verbindung mit Basisträger und ätherischem Öl zu der individuell vom Kunden gewünschten Duftkomposition vereinen.

Profi-Tipp: Halten Sie einige Öle in Probiergrößen von fünf oder zehn Milliliter bereit und formulieren Sie einige Fussgriffe der Flow-Massage auf einem Flyer, den Sie mit dem Öl in einem Organzabeutel für den Kunden zum Verkauf bereithalten. So kann die Fussmassage zu Hause auch selbst oder noch schöner als Partnermassage praktiziert werden.

Nagelpflege

Zu einem gepflegten Hautbild gehören auch gepflegte Nägel, um einen positiven Gesamteindruck zu hinterlassen. Durch das Fussbad können harte Nägel aufweichen, die Sie dann auf Wunschlänge kürzen und auf Hochglanz polieren können. Folgende Zusatzprodukte sind für topgepflegte Sommerfüsse ein absolutes Muss:

- eine Nageltinktur, um einem möglichen Nagelpilz durch Schwimmbadbesuche vorzubeugen,
- ein Nagelöl, um trockene und splittige Nägel zu pflegen,
- einen Nagelhärter, um weiche Nägel zu stabilisieren,
- eine kleine Auswahl an trendy Farblacken für perfekt gestylte Sommernägel,
- einen Unterlack (Base Coat), um den Naturnagel vor Farben zu schützen,
- einen Überlack (Top Coat), um den Nagellack zu versiegeln und lange haltbar zu machen,
- eine Auswahl an Strasssteinen mit sommerlichen Motiven zur Verzierungs der Nägel. □



URSULA MARIA SCHNEIDER ist Wellnessberaterin (IHK), Entspannungstrainerin und Inhaberin von „Drehpunkt Fuss“. Sie bietet Ausbildungen für innovative Fussmassagetechniken an und entwickelt Konzepte für gesunde Schritte.

TIPPS ZUR UMSATZ-STEIGERUNG

Bieten Sie Zusatzprodukte für die Pflege zu Hause an:

- Peelings ab CHF 7,
- Kühlende Fusssprays ab CHF 4,50,
- Aktivierende Fussmasken ab CHF 9,
- Zehenringe und Goldsprays könnten Sie als Service kostenlos dazugeben, wenn der Kunde regelmässig kommt, ansonsten wäre Zehensmuck zwischen CHF 6 und 9 zu kalkulieren,
- Comfort-Pads für High Heels ab CHF 8.



Brigitte Riillo liegt das Unternehmertum im Blut:
Schon mit 24 Jahren wagte sie den Schritt in die Selbstständigkeit.

25 Jahre Beauty-Erfolg

➤ **INSTITUT DES MONATS: BLUE KOSMETIK – THE PLACE OF BEAUTY AND CARE** ⬅

Vor 25 Jahren entschied die junge Kosmetikerin und Drogistin Brigitte Riillo, sich mit einem kleinen, 30 Quadratmeter grossen Institut in Horgen selbstständig zu machen. Damals ahnte sie nicht, dass sich die Fläche ihres Instituts verfünffachen und sie zehn Vollzeitmitarbeiterinnen beschäftigen würde! BEAUTY FORUM war zu Besuch bei der blonden Powerfrau. Lesen Sie hier die Erfolgsgeschichte von Brigitte Riillo.



Im grosszügigen Eingangsbereich haben die Kunden freie Sicht auf die Produkte: vom Nagellack über Pflegeprodukte bis hin zum entspannenden Raumduft.

Nur einen Katzensprung vom Bahnhof Horgen entfernt befindet sich das Kosmetikinstitut blue Kosmetik – The Place of Beauty and Care. Schon von draussen erhascht man einen Blick durch die grosszügigen Fensterfronten auf das geschmackvoll eingerichtete Interieur der Räumlichkeiten.

Brigitte Riillo, Inhaberin und Geschäftsführerin, empfängt ihre Gäste mit viel Herzlichkeit und positiver Energie.

Im luftigen Verkaufsraum reihen sich ordentlich hochwertige Pflegeprodukte aneinander, denn für Brigitte Riillo gehört das Verkaufen genauso zum

Beruf der Kosmetikerin wie die Behandlung selbst. In fünf Behandlungsräumen können sich die Gäste von den zehn Mitarbeiterinnen von Kopf bis Fuss verwöhnen lassen, während zwei Pedikürestationen und eine Make-up-Station mit zwei Plätzen für den letzten Schliff sorgen.

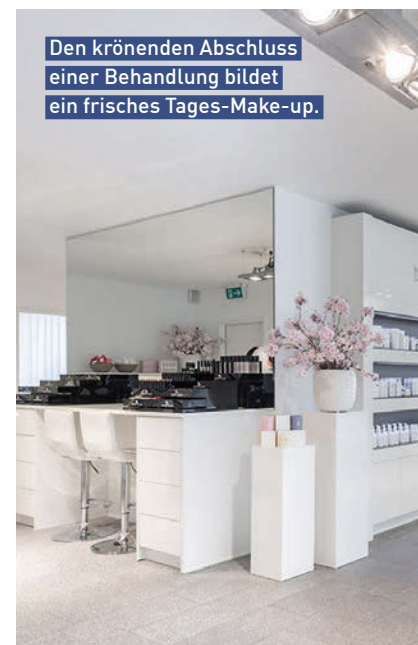
Jung und mutig

Brigitte Riillo ist die geborene Unternehmerin. Sie steckt voller Tatendrang und Ideen. Schon früh wusste sie, dass sie am liebsten ihr eigener Chef sein möchte. Gesagt, getan: **Mit gerade einmal 24 Jahren machte sich die ehrgei-**

zige Horgnerin mit ihrem ersten Kosmetikinstitut selbstständig, und zwar im Mai 1997. In kurzer Zeit schaffte die Kosmetikerin es, nicht zuletzt wegen ihrer fundierten Ausbildung, ihrer Leidenschaft und ihres Ehrgeizes sich einen Namen als Hautprofi zu machen und sich eine treue Stammkundschaft aufzubauen. „Ich liebe es bis heute, die Haut meiner Kunden nachhaltig zu verbessern“, erklärt die Hautspezialistin.



Der Eingangsbereich bietet Platz für zwei Wellness-Pedikürestationen.



Den krönenden Abschluss einer Behandlung bildet ein frisches Tages-Make-up.

„Ich liebe es bis heute, die Haut meiner Kunden nachhaltig zu verbessern. Den besten Service zu bieten, ist mein täglicher Antrieb.“



Das Kosmetiklabel BCARE von Brigitte Riillo bietet cleane, vegane Produkte für die Heim- und Kabinenpflege an.

Nachwuchs für die Branche

1999 wechselte blue Kosmetik an die Zugerstrasse 21 im Herzen von Horgen. Mehr Platz bedeutete auch mehr Möglichkeiten: Jährlich stieg die Mitarbeiterzahl von blue Kosmetik, und neue Ausbildungsplätze kamen dazu. „Wer gut ausgebildete Mitarbeiter möchte, muss auch für Nachwuchs in der Branche sorgen“, argumentiert Brigitte Riillo. In ihren 25 Jahren als Kosmetikerin bildete sie bereits 20 angehende Kosmetikerinnen aus.

Neue Räumlichkeiten

Mit dem nächsten Umzug im Jahr 2013 ins Haus Central an der See-

strasse 124 erreichte blue Kosmetik das nächste Level in der Unternehmensgeschichte. „Die Lage ist perfekt“, meint Brigitte Riillo. Die hochwertigen Räumlichkeiten unterstreichen das professionelle Angebot von blue Kosmetik. „Wenn ich manchmal abends an meinem Geschäft vorbeifahre und hineinschaue, denke ich mir: Was für ein schönes Geschäft. Da bin ich richtig stolz, wenn ich sehe, wie meine Kundinnen glücklich aus dem Geschäft gehen.“

Das Kosmetikinstitut überzeugt mit einem cleanen Stil, der von Weiss und Grau geprägt ist. Farbakzente, passend zur Saison, sorgen für Abwechslung. So schmücken Kirschblüten und passende Handtücher die

Räume in diesem Frühjahr. Die Akzente sind dabei so dezent, dass auch Männer sich in dem Institut wohlfühlen – und das spiegelt sich auch in den Zahlen wider: Rund 25 Prozent der Kunden sind Männer!

Mit jedem Standortwechsel konnte blue Kosmetik weiterwachsen. Angefangen mit 30 Quadratmetern, erstreckt sich das heutige Institut auf ganze 180 Quadratmeter. Zehn Angestellte, alle in Vollzeit, bilden das Team um Brigitte Riillo.

25-jähriges Jubiläum

Dieses Jahr feiert blue Kosmetik das 25-jährige Jubiläum.

„Viele meiner Kundinnen feiern das Jubiläum mit mir – sie haben mich all die Jahre begleitet und mein Wachstum miterlebt, das freut mich unglaublich“, sagt Brigitte Riillo lächelnd. Deshalb möchte die Unternehmerin ihren Kundinnen mit kreativen Jubiläumsaktionen eine Freude bereiten: Am 25. jeden Monats gibt es eine grosse Ziehung der Jubiläumslosung. Live auf Instagram werden fünf Gewinnerinnen gezogen. „Das ist auch für uns ein schöner Moment, denn die Gewinnerinnen sind unsere Kundinnen, die wir persönlich kennen“, freut sich die Inhaberin von blue Kosmetik. Zudem gibt es für jeden Monat eine attraktive Produktaktion für CHF 25.00.

Immer einen Schritt voraus

„Ich geniesse den Urlaub mit meiner Familie – am liebsten in den Bergen“, erzählt die energiegeladene Fachfrau. „Aber nach spätestens zwei Tagen, fangen meine Gedanken an abzuschweifen: Ich sprudle förmlich über vor neuen Geschäftsideen und Projekten für das Institut. Für mich fühlt sich das aber nicht wie Arbeit an, es ist meine Leidenschaft!“

Eine dieser Ideen war beispielsweise, **spezielle Behandlungsangebote für die kleinen Gäste anzubieten**. „Viele Kundinnen bringen ihre Kinder zur Behandlung mit, natürlich möchten die Kleinen dann auch Nagellack aufgetragen bekommen“, erklärt Brigitte Riillo. „Deswegen haben wir unser Konzept ‚Little Stars‘ für Kinder und Jugendliche erarbeitet, um ihnen ein spezielles und altersgerechtes Angebot anzubieten und auch Spass an Kosmetik zu vermitteln.“ Zu der Pediküre gibt es einen blubbernden Kindersekt mit Schirmchen und etwas zum Knabbern. Auch die Schoggimassage ist bei den jungen Gästen sehr beliebt.

die Lancierung ihrer eigenen Kosmetikmarke. Kurz bevor die Pandemie die Welt in Atem hielt, **brachte die Unternehmerin ihr eigenes Kosmetiklabel BCARE auf den Markt**. Die Marke umfasst insgesamt 86 Produkte für die Gesicht- und Körperpflege sowie für die Kabine. Den Schwerpunkt setzt BCARE auf gezielte Hautverbesserung und bietet Lösungen für barrieregeschädigte, unreine, hypersensible sowie fleckige Haut, Anti-Aging, Rosacea, Couperose und Periorale Dermatitis. Mittlerweile vertreibt Brigitte Riillo die Marke BCARE erfolgreich im Schweizer Markt, sodass zahlreiche Institute in der ganzen Schweiz mit den Produkten arbeiten. Dieser Schritt liess blue Kosmetik vom Institut zum Kosmetikunternehmen werden. „Der Erfolg von BCARE macht mich sehr stolz. Wenn ich zufällig einen Instagram-Post sehe, auf dem ‚mein‘ Produkt erscheint, dann ist das ein unglaubliches Gefühl!“ □

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

Die eigene Marke

Das aktuellste Projekt an dem Brigitte Riillo seit einigen Jahren arbeitet, ist



Das langjährige Team um Brigitte Riillo schätzt die positive Art und das gute Miteinander bei blue Kosmetik.



FAKTEN

Eröffnet: 3. Mai 1997

Inhaberin: Brigitte Riillo

Ausbildung:

Kosmetikerin EFZ
Skin Coach
Dipl.-Visagistin

Behandlungsschwerpunkte:

Gesichtsbehandlungen,
Anti-Aging, Medical Beauty,
Hautanalyse

Mitarbeiterinnen: 10

Räumlichkeiten:

circa 180 m², 5 Kabinen,
1 Empfangsraum mit
2 Pediküre- sowie 2 Make-up-
Stationen und Wartebereich

Marken:

BCARE, QMS, Comfort Zone,
OPI, Beauty is Life

Geräte:

U. a. fraktioniertes Microneedling Divine Pro, Geneo, Zoner,
Radiofrequenz, Mesotherapie,
Sauerstoffgerät,
Microdermabrasion

Kunden im Monat:

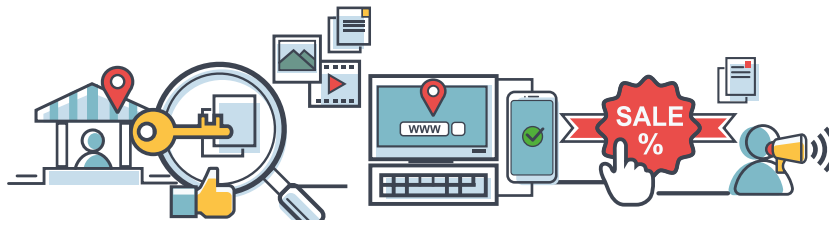
circa 560



KONTAKT

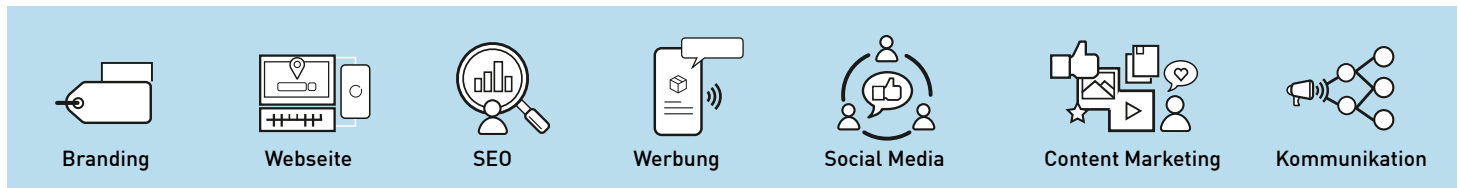
Blue Kosmetik – The Place of Beauty and Care

Seestrasse 124, 8810 Horgen
www.bluekosmetik.ch
www.bcacosmetic.ch
Instagram: @bluekosmetik.ch
Facebook: Blue Kosmetik



Digital Marketing

»» TEIL 2: DIE WEBSEITE OPTIMIEREN ««



ERFOLGSFAKTOREN FÜR GUTE WEBSEITEN – Die Webseite ist wie eine Visitenkarte

für das Internet. Sie muss Sie und Ihr Institut nach aussen präsentieren und dabei auf Anhieb ansprechend, informativ und kompetent wirken. Doch das ist nicht alles.

Erfahren Sie im Folgenden von unseren Marketingexpertinnen Angelina Attinger und Sandra Liebi, auf welche Erfolgsfaktoren es bei einer guten Webseite ankommt.

Mit Sicherheit wissen Sie es schon selbst: Das Online-Marketing unterscheidet sich stark vom traditionellen Marketing, und in dieser „neuen Welt“ herrschen andere, neue Spielregeln. Daher ist es auch nicht verwunderlich, dass nur wenige Webseiten im Internet wirklich erfolgreich sind.

Erfolg ist messbar

Erfolgreich ist Ihre Webseite übrigens nur dann, wenn die in sie gesteckten Ziele erreicht werden. Diese misst man heute über den **iROI (internet return on invest)**. Bevor Sie mit der Erstellung einer Webseite beginnen, sollten Sie unbedingt zuerst diese Kennzahlen festlegen, um daraufhin Ihre Webseite strategisch mit einem Ziel zu optimieren (oder aufzubauen) und dann regelmässig zu überprüfen! Ziele einer Webseite können sein:

- Sichtbarkeit und Branding
- Image- und Kompetenzwahrnehmung
- Direkter Verkauf oder andere Conversion-Ziele (Buchungen, Newsletter-Abonnenten, ...)
- Anonyme Nutzer zu aktiven Käufern machen und Käufer zu Fans machen

Seien Sie sichtbar

Nur wer online sichtbar ist, kann online auch gefunden werden.

Ihre Webseite ist nicht nur Ihr Werbeschau-fenster im Internet, sondern auch Herzstück und Grundlage Ihres gesamten Online-Marketings!

Wer online nicht mit einer eigenen Seite gefunden wird, existiert für die meisten potenziellen Kunden einfach nicht. Daher ist Ihre Webseite das wichtigste Marketing-instrument online! Alles andere wie Google Ads, Newsletter oder Social Media ist kein

Ersatz, sondern Ergänzungen. Präsenz muss funktional, professionell und zeitgemäss sein. Und noch etwas sehr Wichtiges:

Eine Webseite ist keine einmalige Angelegenheit, sondern ein ständiger Prozess!

Bevor Sie also mit der Erstellung oder Überarbeitung Ihrer Webseite beginnen, überlegen Sie sich zuerst Folgendes:

- Kenne ich meine Zielgruppe? Wie setzt sie sich zusammen?
- Auf welchen Kanälen kann ich diese Zielgruppe am besten erreichen?
- Habe ich einen guten Marketingmix, kombiniere ich Online- mit Offline-Marketingmassnahmen? Denn dies erhöht den Wert der Customer Journey.

Ihre Positionierung

... ist ein ganz wichtiger Erfolgsaspekt, denn wer so ist wie alle anderen, kann nicht erwarten aufzufallen.

Machen Sie auf Ihrer Webseite klar, warum SIE das richtige Institut sind und warum die Kunden genau zu IHNEN kommen und IHRE Produkte kaufen sollen. Beachten Sie dabei Folgendes:

- Legen Sie den Fokus auf die richtigen Zielgruppen und was diese wünschen
- Heben Sie Ihren USP (Ihr Alleinstellungsmerkmal) hervor
- Überzeugen Sie mit klaren Verkaufsargumenten
- Halten Sie sich an die Richtlinien für Design, Layout, Sprache

Eine authentische und wirksame Positionierung richtet sich nicht nach dem, was der Wettbewerb macht, sondern nach den eigenen, bestehenden oder erlernbaren Stärken. Im Online-Marketing haben Sie nur ungefähr drei Sekunden Zeit, um den Besucher vor allem optisch zu überzeugen!

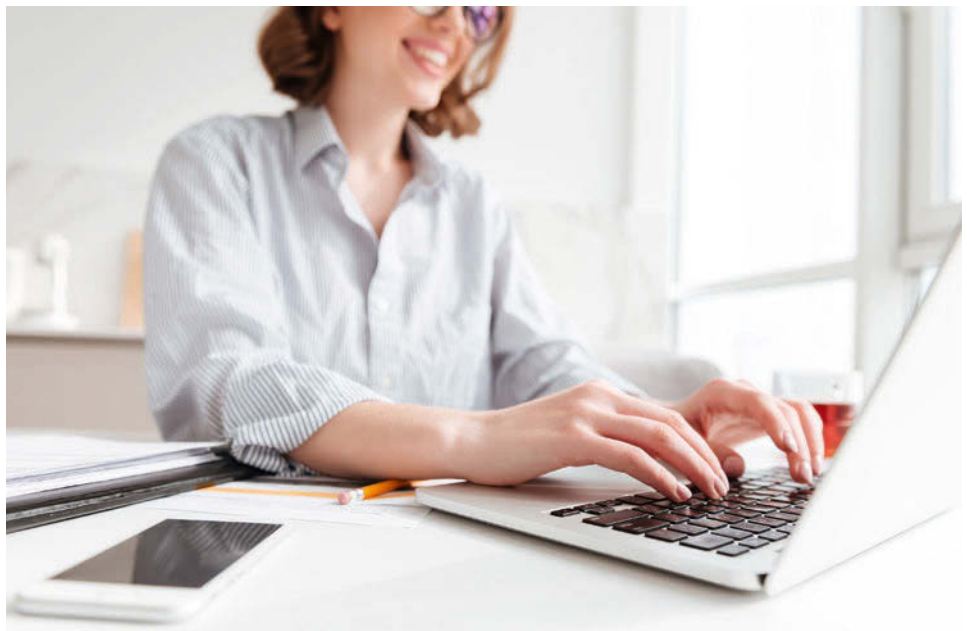
Mag Google Sie?

Warum dies so wichtig ist, merken Sie spätestens dann, wenn Sie im Netz von Ihren potenziellen Kunden nicht oder nur schlecht gefunden werden. Denn Google, von dem quasi heute die Existenz vieler kleiner Firmen und KMUs abhängt, ist ein wesentlicher Faktor geworden im Kampf um neue Aufträge und mehr Sichtbarkeit. **Google bringt Ihnen wertvolle Besucher auf die Webseite und empfiehlt Ihre Webseite und somit Ihr Institut weiter** – jedoch nur dann, wenn Ihre Webseite auch suchmaschinenoptimiert ist (SEO).

RESPONSIVE DESIGN

Eine Webseite, viele Endgeräte

- Je nach Endgerät muss sich Ihrer Webseite dem Display anpassen (Smartphone, iPad, Laptop oder PC).
- Ihre Kontakte (E-Mail, Telefon, Google Maps, Social Media) sollten unmittelbar beim Öffnen mit Click-to-Call-Funktion sichtbar und verlinkt sein.
- Schnelle Ladezeit! Dies ist ein wichtiger Rankingfaktor! Google bestraft Ihre Webseite, wenn sie langsam geladen wird. Dann fallen Sie beim Ranking automatisch weit nach hinten. Oder noch schlimmer: Die Kunden springen ab, weil die Webseite nicht schnell genug angezeigt wird!



Das Schöne am Online-Marketing: Der Erfolg ist messbar. Mithilfe von Analyse-Tools wie Google Analytics können Sie Ihre Webseite auswerten und regelmässig optimieren.

Hier gilt: Content ist King! „Content“ ist der Marketingausdruck für „Inhalte“. Schreiben Sie FÜR Ihre Kunden und nicht, um Ihr Studio „anzupreisen“. Der Inhalt Ihrer Webseite muss für die Kunden nützlich, packend und informativ sein – dann mag auch Google Sie!

Design- und Bildwelt

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist eine **ansprechende und harmonische Design- und Bildwelt**. Insbesondere im B2C-Marketing müssen wir mit Emotionen/Verführung und Informationen/Verkauf überzeugen.

- „Hallo-Effekt“: Der erste Eindruck muss sitzen. Treten Sie sympathisch, attraktiv, vertrauenswürdig ... auf.
- Layout/Design: attraktiv und ästhetisch ansprechend, klar und funktional
- Farbsprache: positiv und stimmig. Passend zu Ihrer/Ihrem CI/CD (Corporate Identity/Design)
- Bilder: eigene, emotionale Bilder verwenden, angepasst auf die richtige Grösse und beschriftet

Feedback einholen

Beobachten und fragen Sie doch auch mal Ihre Kundinnen und Zielgruppe, auf wel-

chen Kanälen und Seiten sie unterwegs sind. Das hilft Ihnen, ihre Bedürfnisse noch besser zu verstehen und auch dementsprechende Angebote und Content zu liefern.

Und bitte vergessen Sie nicht, Ihre Webseite mit einem Analytics-Tool zu versehen und regelmässig auszuwerten. Nur so können Sie sehen, ob die Kundinnen Interesse zeigen, Ihre Webseite besuchen, und welche Seiten und Beiträge auf besonderes Interesse stossen.

In diesem Sinne viel Erfolg und Freude bei Ihrem Online-Geschäft! Ihre Time2Turn Marketing Factory. □



SANDRA LIEBI & ANGELINA ATTINGER

Die Autorinnen sind seit vielen Jahren Kosmetikerinnen und Marketingexpertinnen. Im Jahr 2021 gründeten sie die Marketingagentur Time2Turn für Schweizer Beauty-Unternehmen. www.time2turn.ch

Es ist **Typsache!**

DIE RICHTIGEN MAKE-UP-FARBEN – Jede Frau weiss, dass es Farben gibt, die ihre eigene Schönheit unterstreichen, und auch solche, die uns ungesund, blass oder gar krank aussehen lassen. Aber wie gut kennen Sie die Lehre der vier Jahreszeitentypen? Mithilfe dieser Farbtypen können Sie Ihre Kundin perfekt schminken und beraten!



TEIL 1

Meist haben wir, die in der Mode- und Beauty-Branche arbeiten, klare Vorstellungen von dem, was toll aussieht und gerade trendy ist. Wir glauben zu wissen, was man für einen perfekten Look haben muss. Aber nicht immer liegen wir richtig. Vielleicht ist es Ihnen auch schon passiert, dass der neue Make-up-Look, von dem Sie völlig begeistert sind, Ihrer Kundin höchstens ein müdes Lächeln entlockt. Andere zu beraten, vor allem, wenn diese einen anderen Geschmack haben, kann sehr herausfordernd sein. Eine noch unbekannte Kundin so zu schminken, dass sie von den Farben und dem Make-up-Look begeistert ist, gelingt, wenn man die vier Jahreszeitentypen und deren Vorlieben kennt. Mit diesem Wissen ist es möglich,

die Kundinnen ohne viele Worte und Abklärungen auf Anhieb richtig einzuschätzen und farbtypgerecht zu beraten.

Schönheit liegt im Auge des Betrachters

Was wir als schön und harmonisch empfinden, variiert von Person zu Person und ist stark von unserem Farbtyp abhängig. Deshalb ist der erste Schritt bei einem erfolgreichen Beratungsgespräch, sich zu überlegen, welcher Farbtyp vor einem steht. Gehört Ihre Kundin zur gleichen Farbtypgruppe wie Sie, ist es einfach. Zeigen und schminken Sie, was Ihnen gefällt, es wird passen. Beraten Sie jedoch einen anderen Farbtyp, müssen Sie Ihre eigenen Vorlieben zurückstellen und sich auf die Bedürfnisse

und Vorlieben Ihrer Kundin einlassen. Nur so wird sie sich verstanden fühlen und mit der Beratung und dem geschminkten Look glücklich sein.

Kennen Sie sich bereits mit den verschiedenen Farbentypen und den passenden Farben aus? Auf der folgenden Seite lesen Sie wertvolle Hinweise zur Erkennung der verschiedenen Farbtypen und zu den passenden Farben. ☐



BRIGITTE GLÄTTLI

Die Autorin Brigitte Glättli ist als Visagistin, Farb- und Stilberaterin, Stylistin und Dozentin tätig. Ihr Wissen gibt sie in Visagistenkursen beim FSFM, dem Fachverband für Farb-, Stil- und Imageberatung, sowie in eigenen Workshops weiter. www.morethanstyle.ch

Foto: Andrey Popov/Shutterstock.com

DIE VIER VERSCHIEDENEN JAHRESZEITENTYPEN:

**Der Frühlingstyp**

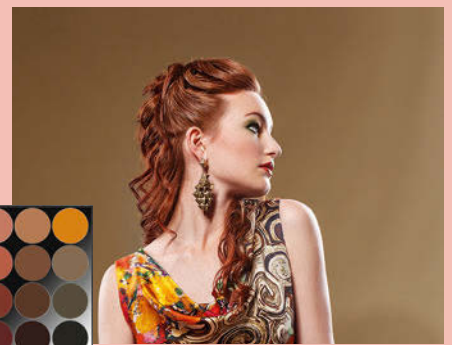
- Wirkt zart und eher blass mit wenig Gesichtskontrast.
- Der Teint hat einen hellen goldenen, vanille- oder pfirsichfarbenen Ton.
- Die Haut reagiert empfindlich auf Sonne.
- Sommersprossen sind goldfarben.
- Die Augenbrauen sind eher hell.
- Die Haare sind goldblond, rot-kupfergold oder goldbraun.

Tipp: Frische, klare, warmtonige Farben im hellen und mittleren Bereich passen zum Frühlingstyp.

**Der Herbsttyp**

- Die Haut hat einen warmen, mittleren, kupferbeigen, goldenen, vanille- oder pfirsichfarbenen Ton.
- Sommersprossen sind rötlich oder golden.
- Die Augenbrauen sind mittelstark gezeichnet.
- Die Haare sind goldbraun, kastanien-, feuer- oder kupferrot.

Tipp: Mittlere bis dunklere, erdige, gedämpfte, warme Farben sind perfekt für Herbsttypen.

**Der Sommertyp**

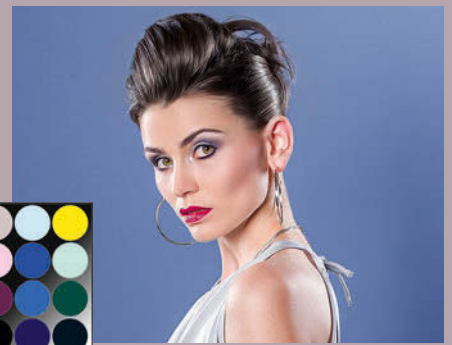
- Wirkt eher blass und hat wenig Gesichtskontrast.
- Die Haut ist sehr hell oder aber rosig angehaucht.
- Der gebräunte Teint wirkt eher golden.
- Sommersprossen mit aschfarbenem Unterton.
- Helle bis mittelstarke Augenbrauen.
- Die Farbpalette der Haare reicht von platinblond bis dunkelbraun, diese haben immer einen aschfarbenen Unterton.

Tipp: Kalttonige, gedämpfte, rauchige Farben mit wenig Kontrast sind für Sommertypen ideal.

**Der Wintertyp**

- Das Gesicht wirkt ausdrucksstark und kontrastreich.
- Die Haut ist entweder sehr hell mit einem kühlen Touch oder aber olivfarben bis schwarzbraun.
- Sommersprossen kommen nur sehr selten vor.
- Die Augenbrauen sind relativ dunkel.
- Dunkle, kühle Haarfarben sind charakteristisch für diesen Typ.

Tipp: Die kalttonigen Farben für den Wintertyp sind kontrastreich, klar, rein, leuchtend oder eisig.



Freche **Pünktchen**

STEP BY STEP – Wurden Sommersprossen früher noch mühsam überschminkt, sind sie inzwischen zum heiss begehrten Sommerlook avanciert. Make-up-Artistin Lara-Leila Spiess zeigt, wie Sie Ihrer Kundin die Sonnenpünktchen ins Gesicht zaubern können.

**UNSER
COVER-
LOOK**



Make-up-Artistin: Lara-Leila
Spiess
Fotografin: Tanja Gschwendel
Model: Adelisa Hodzic



Lara-Leila Spiess

Die Make-up-Artistin schminkt seit sieben Jahren leidenschaftlich gern. Nach ihrer Ausbildung an der Zürcher Visagistenschule „Art of Make-up“ begann sie mit Body- und Face-Paintings, die sie auf ihrem erfolgreichen Instagram-Kanal zeigt. Am liebsten schminkt Lara-Leila Spiess dabei kreative sowie Editorial-Looks. Seit 2022 ist die Make-up-Artistin selbst Lehrerin an der „Art of Make-up“-Visagistenschule und gibt dort ihr Wissen weiter.

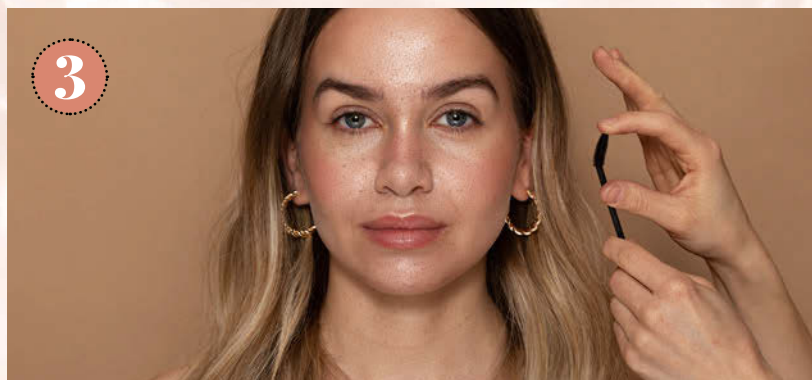
Wenn Ihre Kundin nicht mit natürlichen Sommersprossen gesegnet ist, dann zaubern Sie ihr die frechen Pünktchen ganz einfach mit wenigen Steps ins Gesicht. Dieser Sommerlook macht sich sowohl im Alltag als auch am Abend gut und wirkt dank der Sommersprossen sehr natürlich.



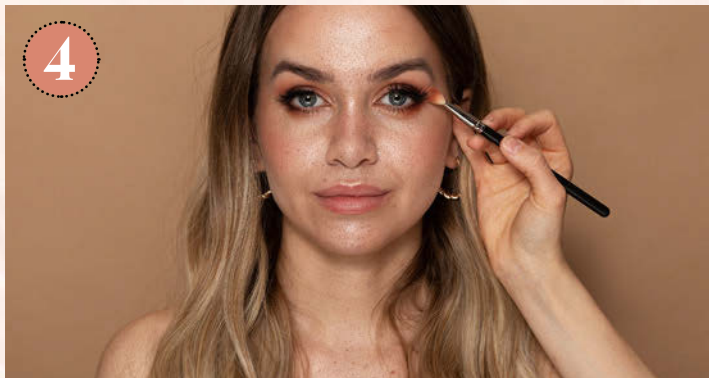
Base: Für einen sommerlich-strahlenden Teint bietet sich ein Make-up mit Glow-Partikeln an. Sollten Sie dies nicht zur Hand haben, können Sie auch eine kleine Menge flüssigen Highlighter in die Foundation oder BB-Cream mischen. Um ein natürliches Finish zu erzielen, verwenden Sie nur eine kleine Menge Make-up.



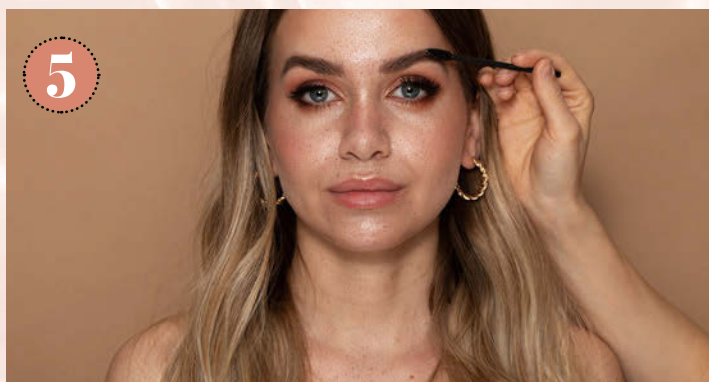
Contour, Highlighter, Blush: Den Bronzer setzen Sie dort, wo das Gesicht am schnellsten Farbe beim Sonnen annimmt und Definition gewünscht wird: unter die Wangenknochen, entlang des Haaransatzes, ein wenig über der Nase und entlang des Kieferknochens. Rouge auf Wangen und Nase verleiht einen sonnengeküssten Look. Den Highlighter setzen Sie oberhalb der Wangenknochen, am Augeninnenwinkel, auf dem Nasenrücken und auf dem Amorbogen der Lippen.



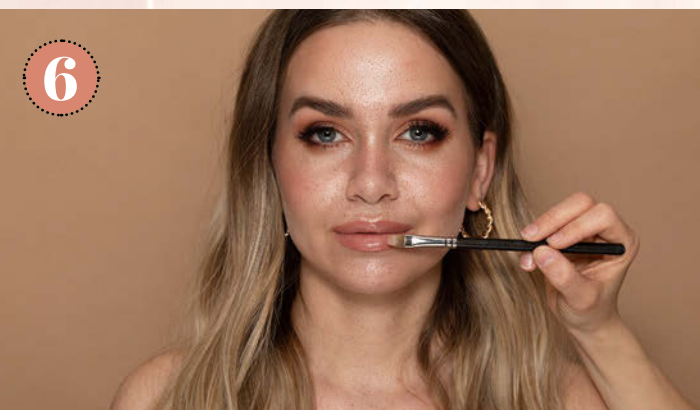
Sommersprossen: Um Ihrer Kundin die angesagten Sommersprossen zu verleihen, mischen Sie Lidschattenpulver in Grau, Orange und Nude mit Fixierspray zu einer Paste. Nehmen Sie diese mit einem kleinen, sauberen Bürstchen auf und spritzen Sie die Farbpartikel vorsichtig auf das Gesicht. Für einen natürlichen Look tupfen Sie die Sommersprossen mit sauberen Fingern in die Haut ein.



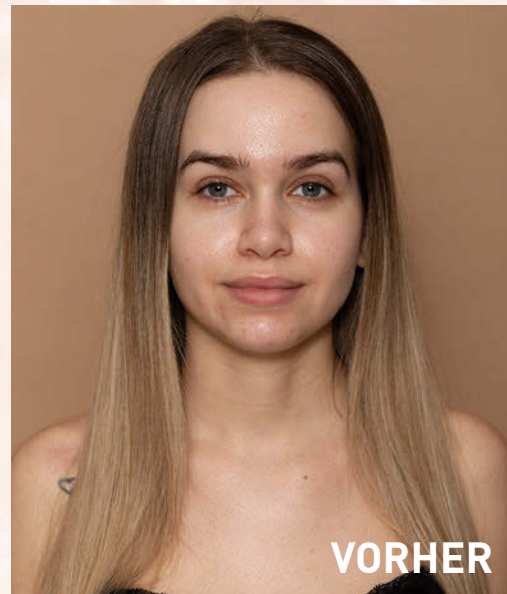
Die Augen: Verwenden Sie zuerst einen nude-farbenen Primer. Danach grundieren Sie das Lid mit einem Lidschatten in Orange. Für mehr Tiefe tragen Sie einen braunen Kajal auf, den Sie sanft verblenden. Mit schwarzem Eyeshadow den Wimpernkranz verdichten. Ein heller, schimmernder Lidschatten auf dem vorderen Teil des beweglichen Lids sorgt für Lebendigkeit. Danach werden die Wimpern getuscht und nach Belieben Wimpern geklebt.



Die Augenbrauen: Die Brauen mit einem passenden Augenbrauenstift feins nachziehen. Kleine, kurze Striche verleihen ein natürliches Aussehen. Kämmen Sie die Brauen zum Schluss mit einem transparenten Gel durch, um sie zu fixieren.



Die Lippen: Die Lippen bleiben bei diesem Look dezent. Daher einen nude-farbenen Liner zur Umrandung verwenden. Malen Sie die Lippen anschließend ganz aus, damit die Farbe länger hält. Tragen Sie den Gloss mit einem Pinsel von innen nach aussen auf. Fertig!



VORHER



NACHHER

Wünscht sich Ihre Kundin eine Typveränderung und möchte dennoch natürlich aussehen? Dann ist dieser sommerliche Look perfekt für sie geeignet.



SAVE THE DATE

BEAUTY BUSINESS DAYS SWITZERLAND

Lausanne

18. September 2022

Lugano

14. November 2022

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



BEAUTY BUSINESS DAYS

Erfolg in Zürich und Bern



Die grösste Stadt der Schweiz eröffnete am 4. April 2022 unsere neue Eventreihe: die BEAUTY BUSINESS DAYS Switzerland.

Zahlreiche Kosmetikerinnen, Nageldesignerinnen und Beauty-Profis aus dem Raum Zürich nutzten die Gelegenheit, einen Tag im Zeichen der Schönheit zu verbringen, um sich und ihr Kosmetikinstitut weiterzuentwickeln.

Obwohl die Tickets für den exklusiven Beauty-Event im Zürcher Marriott Hotel schon Tage im Voraus ausverkauft waren, kamen einige Besucherinnen spontan zu

der Veranstaltung. Sebastian Moser, Director Health and Beauty Marketing Swiss GmbH, erklärt: „Mit über 170 verkauften Tickets wurde unsere Prognose sogar übertroffen. Das zeigt: Mit unserem neuen Eventkonzept treffen wir den Nerv der Zeit.“

Tolle Resonanz

Im Ausstellungsbereich präsentierten sich über 20 Firmen und Marken aus der professionellen Dienstleistungskosmetik. „Auch von unseren Ausstellern haben wir posi-

ves Feedback erhalten“, berichtet Roberto Valente, Managing Director der Health and Beauty Group. „Die teilnehmenden Firmen und Marken freuten sich über hohes Interesse aufseiten der Besucherinnen und waren erfreut über die qualitativen, persönlichen und konzentrierten Gespräche“, so Roberto Valente weiter.

Die Topreferenten der sieben Fachvorträge freuten sich über volle Stuhlreihen und das rege Interesse der Teilnehmerinnen. „Insgesamt war der BEAUTY BUSINESS DAY Zürich ein voller Erfolg“, zieht Sebastian Moser die positive Bilanz.

Fotos: BEAUTY FORUM

Für Berner Beauty-Profis

Der zweite BEAUTY BUSINESS DAY Switzerland fand am 23. Mai im Swissôtel Kursaal Bern statt. Auch an diesem regnerischen Montag durften wir viele Besucherinnen aus der Schweizer Hauptstadt in dem eleganten Tagungshotel begrüßen. Über 130 Kosmetikerinnen nahmen an dem exklusiven Event teil und besuchten die Stände der 29 Marken und Aussteller.

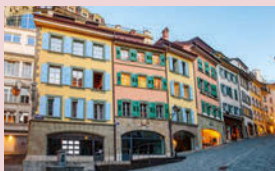
Ein Highlight des umfangreichen Rahmenprogramms war der zeitgemässe Vortrag von Sara Leutenegger, ehemalige „Germany's Next Top Model“-Kandidatin und Co-Gründerin der Schweizer Social-Media-Agentur Strategy Leaders. Sie zeigte den Zuhörerinnen in Theorie und Praxis, warum Video Content in heutiger Zeit ein sehr effektives Tool für mehr Sichtbarkeit in den sozialen Medien ist und wie sich mit einfachen Kniffen ansprechende, kreative Videos erstellen lassen.

Darüber hinaus bot die überdachte Terrasse mit Blick auf die Berner Altstadt bei Lunch und Kaffee die Möglichkeit, frische Luft zu schnappen und zu netzwerken.

„Nach zwei erfolgreichen BEAUTY BUSINESS DAYS in der Deutschschweiz konzentrieren wir uns im Herbst mit den Locations in Lausanne und Lugano auf die französisch- und italienischsprachige Schweiz“, erläutert Sebastian Moser.



Die nächsten Termine:



LAUSANNE

Sonntag, 18. September 2022
im Hôtel Lausanne Palace



LUGANO

Montag, 14. November 2022
im Hotel Splendide Royal

PREISHAMMER: CHF 10 – DAS IST INKLUSIVE:

- **Jahresabonnement BEAUTY FORUM ED. SWISS:** Als Besucher der BEAUTY BUSINESS DAYS SWITZERLAND erhalten Sie ein Gratisabo
- **Swiss Beauty Box:** Freuen Sie sich auf eine Swiss Beauty Box mit tollen Produkt-Samples als Willkommensgeschenk
- **Expertenvorträge:** Umfangreiches Rahmenprogramm
- **Firmen und Marken:** Aussteller aus den Bereichen Kosmetik, Wellness, Nail und Fusspflege
- **5-Sterne-Tages-Catering:** Buffet mit exklusivem Fingerfood und Getränke sind im Preis inbegriffen
- **Flexible Besuchszeiten:** Öffnungszeiten von 9.30 – 18.00 Uhr, Rahmenprogramm von 10.00 – 17.45 Uhr

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.

swissestetic AG
Blegistrasse 5, 6340 Baar, Schweiz
Tel.: 041 768 80 80
www.swissestetic.ch

Weiterbildungskategorien:
• 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.swisspho-cell.com

■ Zürich

Fachakademie für Ästhetische und Medizinische Kosmetik Zürich

Wir setzen uns für ein professionelles Miteinander von Kosmetikerinnen und Ärzten ein. Kosmetikerinnen übernehmen in dieser Zusammenarbeit wichtige Aufgaben als Bindeglied zwischen Patienten und Patientinnen und den Ästhetikmedizinern.

Wir bieten insgesamt vierzig Module zur Weiterbildung an:

- Grundlagen der Dermatologie, Anatomie und Physiologie der Haut und Hautkrankheiten medizinische Grundlagen • Prä- und postoperative Behandlungen • Bleaching im Intimbereich – (HA, Whitening und Pflege) • Manuelle Lymphdrainage • Vampir-Lifting / PRP Therapie • Coaching von A bis Z für die Kosmetikerin, Kundengewinnung • Professionelle Mesotherapie freihändig (Theorie und Praxis) • Cosmeceuticals und Raw Materials in Cosmetic Products • Onkologie • Ernährung • Chemische Peelings, AHAs, BHAs, TCAs, Retinol • Menopause und Hautbehandlungen • Buchhaltung, Businesspläne für Selbstständige • Laserschutzbeauftragtenkurs nach BGV B2 und OStrV • Faltenbehandlung, Alterungsprozess des Gesichts und Konzepte der Gesichtsanatomie • Naturkosmetik • Diamant Mikrodermabrasion mit Ultraschall • Hydra Peel Face Prof • Elektro-Muskuläre-Stimulation •

Nd:YAG Carbon Peeling Laser • BB Glow • Mesoporation (Mechanische Mesotherapie) • Cold Plasma • Radiofrequenz (Gesicht und Körper) • Pressotherapie • SHR / IPL / Diodenlaser • Hautdiagnose mit Gerät • Plasma Pen • HIFU / Facelift ohne OP (Theorie und Live-Demonstration vom Fachexperten) • RF-Microneedling • Professionelle Mesotherapie mit Mesopistole • Microneedling mit dem Pen • Microneedling mit dem Dermaroller • Kavitation, Ultraschall • Kryolipolyse • Stosswelle • Lichttherapie / Anti Aging • Unterschiede zwischen Diodenlaser, Alexandrit- und Nd:Yag Laser • Grundlagen der Kosmetologie • Grundlagen der Medizin

Nägelhof 1
8001 Zürich
Tel.: +41 43 818 58 75 / Mobile: +41 79 780 87 08
fmkz.sekretariat@gmail.com
www.fmkz.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

■ Quartino

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 Quadri 4, CH-6572 Quartino
Tel. 091 858 37 30
info@viplashes.ch
www.viplashes.ch

■ Zürich / Schaffhausen

Luxus Lashes Schweiz

Wir bieten Ausbildungen zur zertifizierten Profi-Wimpernstylin. Unser Angebot umfasst: Einsteigerschulungen, Volumenschulungen, Lash- und Brauenlifting sowie Umschulungen nach Wunsch auch in Ihrem Studio.

Bei uns in Schaffhausen erwarten Sie moderne Schulungsräume und kleine Gruppen.

Sie erhalten fachmännisches Wissen mit viel Praxis von Profis mit langjähriger Erfahrung vermittelt. Gerne informieren und beraten wir Sie persönlich, um für Sie den passenden Schulungstermin zu vereinbaren.

Luxus Lashes Schweiz
Anita Dolder
Stadthausgasse 23, 8200 Schaffhausen
mail@augenblick-sh.ch
www.luxuslashes-schweiz.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
3011 Bern
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-Mobiliar und Lichtsystem für höchsten Unterrichtskomfort.
 - Inbegriffen ist das umfassende Produktsortiment mit grosser Auswahl an Profi-Marken, Materialien und dem Face-Design-Pinselsortiment.
 - Kooperation mit renommierter Modelagentur für das persönliche Portfolio-Shooting unter realen Bedingungen.
 - Nach 6 Monaten ausgebildet um national und international professionelle Make-up-Dienstleistungen anzubieten, selbständig und erfolgreich.
 - Grosses Weiterbildungsangebot in den verschiedenen Spezialgebieten, unterrichtet von Top-Grössen ihres Fachs dank dem internationalen Netzwerk von Face Design.
 - Schweizweit bekannt für einmalige Talentförderung und Begleitung auch nach der Ausbildung.
- Face Design 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.pofty.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, Fuss-

pflege, 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 Cadoret,
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)
Sternenweg 1, 8617 Mönchaltorf, 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 JULI



KREBS (22.6. – 22.7.):

Freuen Sie sich auf viel Sternenzauber, um Karrierepunkte zu sammeln. Ihre Kernkompetenzen kommen gross raus, und Sie erfahren Anerkennung und Wertschätzung. Kein Wunder, dass Sie sich jetzt pudelwohl fühlen und dabei mit Selbstbewusstsein, Begeisterungsfreude und Können punkten. Dank Merkur ist eine hervorragende Zeit, um Ihre Individualität zum Ausdruck zu bringen und Ihre enormen Gedankenkräfte für Ihre Wunscherfüllung einzusetzen. Auch das Knüpfen neuer Business-Kontakte steht unter einem guten Stern. Ein weiteres Highlight ist die Liebe, die Ihnen Flügel wachsen lässt! Denn die Sterne streuen gerade Goldpuder über Ihre Partnerschaft. Und wer noch ungebunden ist, darf jetzt entdecken, wie wohltuend sich Selbstliebe anfühlt.

♌ Löwe (23.7. – 23.8.): Nicht alles verläuft jetzt nach Plan. Das Glück will erarbeitet werden! Setzen Sie auf Flexibilität und einen langen Atem, um voranzukommen. Jupiter und Venus sorgen dafür, dass Sie dennoch zuversichtlich bleiben.

♍ Jungfrau (24.8. – 23.9.): Vieles gelingt Ihnen jetzt wie von selbst! Sie erkennen, worauf es bei Ihren Vorhaben ankommt, bringen diese voran und sind aktiv und innovativ. Lediglich zwischenmenschlich könnte es Missverständnisse geben.

♎ Waage (24.9. – 23.10.): Die Juliesterne verleiten zu Leichtsinn und fordern das Glück heraus. Das gilt vor allem im beruflichen Bereich. Deshalb ist es in den kommenden Wochen ratsam, anstehende Entscheidungen genau zu prüfen.

♏ Skorpion (24.10. – 22.11.): Zwar lässt sich in den kommenden Wochen nicht alles widerstandslos realisieren, doch sind die ersten drei Juliwochen günstig, um Herzensprojekte voranzutreiben. Mit Sonne und Merkur besitzen Sie Überzeugungskraft und ein untrügliches Gespür für lukrative Geschäfte.

♐ Schütze (23.11. – 21.12.): Obwohl Sie mit Jupiter auf Wachs-tum gepolt sind, fühlen Sie sich antriebslos. Auch Minus-Venus und Neptun schwächen Ihre Entscheidungskraft. Doch dank Merkur können Sie businessmässig bald wieder durchstarten.

♑ Steinbock (22.12. – 20.1.): Ihre Wünsche sind jetzt um einiges grösser als die Möglichkeiten, sie zu erfüllen. Das kann im ersten Moment ernüchternd wirken. Da Durchhaltevermögen aber zu Ihren grössten Gaben zählt, lassen Sie sich dadurch nicht lange ausbremsen.

♒ Wassermann (21.1. – 19.2.): Eine Mars-/Uranus-Spannung führt bei Ihnen zu starker innerer Unruhe. Auch wenn diese Konstellation zur Spontaneität verführt, sollten Sie jetzt auf keinen Fall Hauruckaktionen starten. Handeln Sie überlegt!

♓ Fische (20.2. – 20.3.): Sonne und Mars steigern Ihr Energielevel und statten Sie mit Unternehmungslust und Entschlossenheit aus. Merkur verleiht Ihnen zudem Überzeugungskraft. Dieses Erfolgstrio lässt Sie den ein oder anderen Coup landen.

♈ Widder (21.3. – 20.4.): Spannungen liegen in der Luft! Vermeiden Sie deshalb, Ihre eigene Meinung um jeden Preis durchzudrücken. Auf emotionale Erpressung, statt auf Überzeugung zu setzen, ist eine Verliererstrategie. Im fairen Austausch finden sich Lösungen!

♉ Stier (21.4. – 20.5.): Sonne und Mars bringen Schwung und fördern Ihre Unternehmungslust! Es bereichert Sie, was Ihre alltäglichen Gewohnheiten durchbricht. Weil sich mit Begeisterungsfreude, Verstand und Gefühl viel bewegen lässt, sollten Sie jetzt Nägel mit Köpfen machen.

♊ Zwillinge (21.5. – 21.6.): Venus im eigenen Sternzeichen löst ein Gefühl von Leichtigkeit und Harmonie aus und macht Lust auf Liebe und Zweisamkeit. Überhaupt ist jetzt ein guter Zeitpunkt, um wertvolle Kontakte zu knüpfen!



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

Director Health and Marketing Swiss GmbH

Sebastian Moser

Tel. +49 7243 7278-110

sebastian.moser@health-and-beauty.com

Manager Publishing Editor-in-Chief

Jaqueline Kramer

Tel. +49 7243 72 78 197

jaqueline.kramer@health-and-beauty.com

Senior Manager Graphics Department

Rolf Jäger

Tel. +49 7243 72 78 194

rolf.jaeger@health-and-beauty.com

Customer-Service

Martina Sidler

Tel. 041 417 07 78

martina.sidler@health-and-beauty.ch

Director Media Sales

Florian Knobloch

Tel. +49 7243 72 78 116

florian.knobloch@health-and-beauty.com

Manager Media Sales

Tobias Klumpp

Tel. 078 212 26 22

tobias.klumpp@health-and-beauty.com

Manager Media Sales

Jenny Kromer

Tel. +49 7243 72 78 198

jenny.kromer@health-and-beauty.com

Anzeigenpreisliste

vom 1.1.2022

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

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

7+8/2022



DOSSIER: TREATMENTS FÜR DIE MUNDPARTIE

Keep smiling! Mit den Treatments für die Mundpartie in der kommen-
den BEAUTY FORUM ED. SWISS sorgen Sie sicherlich für ein strahlen-
des Lächeln bei Ihren Kundinnen. Lesen Sie, wie die optimale Behand-
lung dieser sensiblen Region aussieht und wie Unterspritzungen mit
Hyaluronsäure, Botulinumtoxin und Eigenfett funktionieren.



Schönheit von innen:
Nahrungsergänzung



Darauf einen Tusch!
Trendy Lash-Styles

BEAUTY FORUM 7+8/2022 erscheint am

18. JULI 2022

Die BEAUTY FORUM EDITION SWISS-Themenhighlights
der Ausgabe 9/2022:

- Dossier – Social Media für Institute
- Schön entspannt bleiben: Anti-Stress-Kosmetik
- Make-up- und Styling-Trends Herbst/Winter

Abo-Hotline: Tel. 041 417 07 70

Werbepartner in dieser Ausgabe

BTB BioTech Beauty	Lydia Dainow Suisse
AG Swiss U2	Cosmetic GmbH 17, 42
CNC cosmetic GmbH 7	Premium Gel 43
Daniel Kramer	Reviderm AG Flying Cover
Cosmetics AG 25	Simon Keller AG 5
Health and Beauty Marketing	swissestetic AG U4
Swiss GmbH 57, U3	Teaser Sàrl 10-11
Kosmetikstudio	Trybol AG 7
beauty and bodycare 7	

Die grossen *Drei*

» TEIL 9: WIE WIR ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN «

Wussten Sie, dass unsere Entscheidungen im Wesentlichen von drei Instanzen geleitet werden? Man nennt diesen Prozess auch das Entscheidungs-dreieck. Welches sind also die drei Faktoren, die ins Spiel kommen, wenn wir Entscheidungen treffen müssen, sowohl persönlich als auch beruflich? Um es klar zu sagen: Wann immer wir eine Entscheidung treffen müssen, haben wir im Grunde drei Möglichkeiten zu reagieren: Zunächst analysieren wir die Situation sorgfältig, und wenn wir besonders wissenschaftlich vorgehen, erstellen

Sollten wir [...] unserem Herzen nicht ab und zu ein wenig Raum geben, um unsere Zukunft mitzugestalten?

wir eine Liste mit Vor- und Nachteilen, wir versuchen, uns vorzustellen, welche Folgen unsere Entscheidung kurz- und langfristig haben könnte und welche Auswirkungen unsere Entscheidung auf die Menschen in unserem Umfeld hätte. Bei dieser Analyse ist das Gehirn der Protagonist. Die zweite Möglichkeit ist: Wir handeln aus dem Bauch heraus, aus einem Instinkt heraus, der uns manchmal vor gefährlichen Situationen warnt oder uns ganz einfach dazu bringt, mit einer Spontaneität zu handeln, die das Gehirn unterdrücken würde. In solchen Situationen übernimmt unser zweites Gehirn, das Bauchgefühl, das Kommando. Zahlreiche Studien haben gezeigt, dass der Darm über eine neuronale Achse mit dem Gehirn verbunden ist und dass er für die Produktion von 95 Prozent des

Serotonins, des sogenannten Wohlfühlhormons, verantwortlich ist. Von diesem Hormon hängen zahlreiche biologische Funktionen ab, beispielsweise der Schlaf-Wach-Rhythmus, die Stimmung, die Libido oder der Appetit. Drittens: Wir haben unsere feinen Analysen gemacht, wir haben vielleicht den Drang unterdrückt, alles oder jeden zur Hölle zu schicken, und dann handeln wir genau in die entgegengesetzte Richtung, entgegen allem, was uns Kopf und Bauch einflüstern. Warum? Weil wir wirklich an das glauben, was wir tun und was wir wollen. Hier kommt das Herz ins Spiel.

Das Geheimnis des Dreiecks ist also gelüftet! Aber was dann? Was ist die Erfolgsformel? Offensichtlich gibt es so etwas nicht. Jeder von uns muss wissen, wie er sein Gehirn, seinen Darm und sein Herz richtig ausbalanciert, denn wir wissen, dass jedes Verhalten und jede Entscheidung, die wir treffen, eine bestimmte Art von Reaktion bei den Menschen hervorruft, die mit uns interagieren – seien es Freunde, Familie oder Kunden.

Es ist wohl wahr, dass in einer Zeit wie dieser das Herz und die Gefühle immer wichtiger werden. Sollten wir da unserem Herzen nicht ab und zu ein wenig Raum geben, um unsere Zukunft mitzugestalten? □



ROBERTO VALENTE
Managing Director der
Health and Beauty Group

follow  heart

Für Powerfrauen!

BEAUTY FORUM BUSINESS – Ihr Begleiter im Beauty-Business-Alltag



age element

#COL #ELN
structural
proteins
synthesis

#TGFB1 #TGFBII
regenerative
action growth
factors

#PXDN
antioxidant
and ECM
protection

85

Me

Epigenetik:
Die Zeichen der Hautalterung entschlüsseln