

09
22

BEAUTY FORUM

BE INFORMED, BE INSPIRED, BE YOURSELF!

DOSSIER:

SOCIAL MEDIA

SO NUTZEN SIE DIE PLATTFORMEN
FÜR IHR INSTITUT

HEISSE TIPPS FÜRS HAAR

DAS SOLLTEN SIE ÜBER
KOPFHAUTGESUNDHEIT
UND HAARVERLUST WISSEN

FARBENFROH IM HERBST

DIE NEUEN TRENDS
DER DEKORATIVEN KOSMETIK

EXPERT
Line

EFFECT
Line

ZERO
Line



www.skin-hotline.com

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:



Britta & János Stegena

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

BE INFORMED, *be inspired, be yourself!*

Voilà, hier ist sie, unsere neue BEAUTY FORUM Ed. Swiss: ein neues Format, ein neues Design und natürlich neue Inhalte! Ich freue mich, Ihnen nun endlich die erste Ausgabe im brandneuen Look präsentieren zu dürfen und mit ihr auch unseren Claim: „Be informed, be inspired, be yourself!“ Unser Anspruch ist es, Sie dabei zu unterstützen, starke Player an einem starken Markt zu sein. Wir möchten Sie informieren, Ihnen Wissen, News und Neuheiten präsentieren. Aber auch für Inspiration wollen wir sorgen: von Make-up- und Fashiontrends bis hin zu Best-Practice-Beispielen.

Gleichzeitig stehen aber auch Sie als Kosmetikerin und Unternehmerin im Fokus, denn Sie sind erfolgreiche Frauen, die Ihren Weg gehen und dabei ganz Sie selbst sind. Sie dürfen stolz auf sich sein und auf alles, was Sie bereits erreicht haben – und noch erreichen werden!

Neben unseren klassischen Rubriken „Skin & Bodycare Classics“ (Pflege, Wellness, Hand & Nagel sowie Fusspflege), „High Competence“ (apparative Kosmetik, Medical Beauty), „Business & Community“, „Natural & Organics“ sowie „Style & Fashion“ gibt es auch unsere neue Rubrik „Lifestyle & Selfcare“, in der es nicht nur um das Wohlbefinden und die Gesundheit Ihrer Kundschaft, sondern auch um Ihre eigene geht. Viel Spass und Inspiration beim Schmökern!



Ihre

Jaqueline Kramer

Jaqueline Kramer
Editor-in-Chief
BEAUTY FORUM Ed. Swiss

SAVE THE DATE

BEAUTY BUSINESS DAY LUGANO

Montag, 14. November 2022
Hotel Splendide Royal

Alle Infos zum Event und Tickets:
www.beauty-fairs.ch/lugano

 **BEAUTY**
BUSINESS DAY
by COSMOPROF



INHALT

SEPTEMBER 2022

26

SKIN & BODYCARE CLASSICS

Pflege

- 6 Immer mit der Ruhe**
Anti-Stress-Kosmetik mit
Step-by-Step-Gesichtsmassage
- 12 Voll und gesund**
Pflegetipps für Kopfhaut- und
Haargesundheit
- 14 Generationenserie**
Teil 12, Skincare für die Gen Z
- 16 News**
- 17 Milch und Haut**
Interview mit Melanie
Mazzara
- 18 News**
- 19 Was würden Sie tun?**
Serie

Fusspflege

- 20 Wo drückt der Schuh?**
Hühneraugen verhindern

HIGH COMPETENCE

Apparative Kosmetik

- 22 Unter Strom**
Galvanik-Behandlungen

Medical Beauty

- 24 10-Punkte-Plan**
Zehn Faktoren für effektives
Pre-Aging im Alltag

25 News

BUSINESS & COMMUNITY

- 42 Institut des Monats**
Maura Leonardo Kosmetik
- 46 Ja, like mich doch!**
- 48 News**

STYLE & FASHION

- 50 Bold Colors**
Herbst-/Wintertrends
- 55 It-Pieces für den
Spätsommer**
Fashion Burner für Sie
ausgesucht

LIFESTYLE & SELFCARE

Psychologie & Mindset

- 56 Natur tanken**
Waldbaden für die Gesundheit

DOSSIER

SOCIAL MEDIA

So gewinnen Sie Neukunden und steigern die Bekanntheit Ihres Instituts!

- 26 Intro:**
Was können Facebook, Instagram und Co.?
- 28 Video als Content-Booster**
Die Power vom Bewegtbild
- 32 Das Instagram-1x1**
Tipps und Tricks für effektives Posten
- 34 Organisch wachsen**
Mehr Reichweite generieren ohne Werbekosten

Personality

- 66 Einfach leben!**
Serie: 4 Fragen an
Roberto Valente

EVENT

- 58 BEAUTY BUSINESS DAYS
SWITZERLAND**
Lugano 2022: Ein-Tages-Event für Profikosmetikerinnen



BOLD COLORS
Herbst-/Wintertrends

59 Save the Date
BEAUTY FORUM München

IN JEDER AUSGABE

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



BEAUTY FORUM Edition Swiss ist auch als E-Paper erhältlich
www.beauty-forum.ch/magazine

Beilagenhinweis: Dieser Auflage liegen keine Beilagen bei.



UNSER COVER-LOOK



„INSPIRIERT VON EINEM SPÄTSOMMER-ABEND IN PARIS, HABE ICH FÜR DEN HERBSTLICHEN LOOK LEICHTE TEXTUREN UND WARME FARBEN VERWENDET.“

Iliana Illien, Make-up-Artistin

55

TON IN TON:
Sanfte Farben für den Spätsommer



Titelbild + Cover-Look
Make-up, Hair: Iliana Illien (@iliana_illien, www.ilianaillien.ch);
Fotos, Retouch: Ngan Nguyen (@ngan.nguyen.photo, www.ngannguyenphoto.com);
Foto-Assistent: Riccardo Troia
Stylistin: Lucine Ayanian
Model: Cascal Gray (@Visage Models Zurich, www.visage.ch)
Kleid: Zalando



IMMER MIT DER RUHE

Insbesondere in hektischen Zeiten sehnen sich Ihre Kundinnen nach etwas Entspannung und wollen dem Alltagsstress entfliehen. Dafür bietet sich ein Besuch im Kosmetikinstitut hervorragend an. Welche Angebote Sie machen können und was eine Anti-Stress-Massage bewirken kann, erklärt Kosmetikerin und Heilpraktikerin Susanne Pfau.

Stress äussert sich ganz unterschiedlich: Müdigkeit, Verspannungen, aber auch ein unruhiges Hautbild können unter anderem die Folgen sein. Hier können spezielle Anti-Stress-Konzepte Abhilfe schaffen. Sie sind auch hervorragend für ohnehin nervöse und sensible Haut geeignet. Wir müssen daher bei der Wahl unseres Konzepts immer unterscheiden, ob es sich um eine Anti-Stress-Kosmetik für die Haut an sich oder eine für eine abgespannte Kundin, die insgesamt zur Ruhe kommen will, handelt.

HAUTPROBLEME DURCH STRESS

Weil die Haut auch oftmals ein Spiegel der Seele ist, haben Kundinnen mit einem höheren Stresslevel auch eher Hautprobleme wie etwa Reizungen, Rötungen oder gar Hautunreinheiten. Dies kommt unter anderem durch die vermehrte Ausschüttung von Adrenalin und Cortisol bei Stress und kann die Bildung von Pickeln begünstigen, da es zu einer verstärkten Talgproduktion kommt:

- **Trockene Haut:** Bei trockener Haut kann es zu einer Verstärkung der Symptomatik kommen, und es können sich zudem auch schuppige Stellen bilden. Schuld ist eine Schwächung der Hautbarriere.
- **Rote Flecken:** Insbesondere in einer stressigen Situation kann es zu einem plötzlichen Auftreten von roten Flecken kommen, dies ist auf eine spontane Erweiterung der Blutgefässe zurückzuführen und meist emotional bedingt.
- **Nesselsucht:** Ein plötzliches Auftreten von juckenden Quaddeln, bedingt durch eine übermässige Histaminausschüttung, kann auch durch Stress ausgelöst werden.

DER ANFANG EINES ANTI-STRESS-KONZEPTS

Das fängt bereits mit der Begrüssung der Kundin an – hier sollte vor allem auf Ruhe und genügend Zeit geachtet werden. Oftmals kommen diese Kundinnen ganz abgehetzt zum Termin und sind froh, überhaupt pünktlich zu sein. Hier ist es nun an Ihnen, etwas Druck aus der Sache zu nehmen.

„Es ist alles gut“ – „Sie sind ja jetzt hier“, sind Sätze, die der Kundin ein gutes Gefühl geben. Natürlich wollen wir hier keine typischen Zuspätkommer unterstützen, aber ich denke, Sie kennen Ihre Kundinnen am besten und wissen, wer tatsächlich gerne zu spät kommt.

Lassen Sie Ihre Kundin also in Ruhe ankommen und bieten Sie ggf. an, die Toilette aufzusuchen. Danach können Sie ein Getränk reichen – Tee oder Wasser sind hier sehr gut geeignet. Heisse, aromatisierte Kompressen sind ebenfalls ein sehr schönes Welcome-Ritual. Führen Sie die Kundin nun in den bereits vorbereiteten Behandlungsraum.

Leise Entspannungsmusik, ein dezenter Raumduft und eine gedimmte Beleuchtung stimmen die Kundin auch hier sanft auf die Behandlung ein und lassen Sie den Alltag vergessen. Besprechen Sie noch kurz die Wünsche für die Behandlung und starten Sie dann, indem Sie der Kundin einen Bademantel reichen. Die Alltagskleidung abzulegen, hat neben dem Aspekt der Gemütlichkeit auch

eine psychologische Komponente – wir lassen den Alltag hinter uns.

ABLAUF EINER ANTI-STRESS-HAUPFLEGE

- Beginnen Sie nun mit einer auf den Hauttyp abgestimmten sanften Reinigung. Diese Phase der Behandlung dient nicht nur dazu, die Haut vorzubereiten, sondern auch, um die Kundin auf die Behandlung einzustimmen. Es ist die erste Kontaktaufnahme. Arbeiten Sie ruhig und langsam.
- Warme Kompressen regen die Durchblutung an und sind sehr gut geeignet, um die Kundin zu entspannen. Wiederholen Sie die Reinigung – gerne mit einem anderen Präparat.
- Als Peeling bei einer Anti-Stress-Behandlung eignet sich ein sanftes Enzym-Peeling besonders gut. Dies wird in der Regel als Maske aufgetragen und verbleibt ca. zehn bis 15 Minuten auf der Haut. Danach gibt es auch wieder warme Kompressen.
- Nun geht es darum, die Kundin einerseits zu entspannen und andererseits die Haut zu pflegen. Eine Tiefenreinigung oder Augenbrauenkorrektur sollte nur durchgeführt werden, wenn es gewünscht wird – wir wollen die Kundin in dieser Behandlung nicht „quälen“.

Typische Stresskennzeichen der Haut sind:

- Pickelchen auf einer sonst eher reinen Haut
 - trockene Haut
 - rote, „hektische“ Flecken
 - Quaddeln und Juckreiz, also Nesselsucht
- Wir durchfeuchten die Haut nun mit einer Ampulle aus Aloe vera. Zusätzlich kann hier mit frischer Aloe vera gearbeitet werden. Dazu werden die Blätter quer aufgeschnitten und mit sanften Bewegungen über Gesicht, Hals und Dekolleté geführt. Dies ist fettfrei und daher sehr gut für nahezu alle Hautbilder verträglich. Daran schliessen wir mit einer ausgiebigen Massage an.

ABLAUF EINER ANTI-STRESS-MASSAGE

- Bei gestressten Kundinnen haben sich insbesondere Druckpunktmassagen bewährt. Diese sind sehr gleichmässig und nicht anregend. Die Griffe werden jeweils fünf bis sechs Mal ausgeführt.
- Als Massagemedium wird nur eine sehr leichte Creme benötigt. Ich starte immer gerne mit ruhenden Händen auf den Schultern und warte zwei bis

drei Atemzüge ab. So wird ein ruhiger Kontakt hergestellt, und die Spannung der Kundin kann erfüllt werden.

- Fahren Sie nun mit einigen grossflächigen Effleuragen vom Dekolleté, über Nacken und Hals bis ins Gesicht fort.
- An der Stirn angekommen, gleiten Sie wieder zu den Schultern und wiederholen diesen initialen Griff fünf bis sechs Mal. Bei der letzten Effleurage bleiben Sie an der Stirn und starten hier mit der Druckpunktmassage:
- Von der Stirnmitte nach aussen mit fünf bis sieben Druckpunkten in insgesamt drei bis vier Reihen arbeiten. Halten Sie den Druck an jedem Punkt drei bis fünf Sekunden und achten Sie unbedingt darauf, dass dieser gleichmässig ist.
- Danach geht es an den Augenbrauen weiter: Hier vom inneren Augenwinkel nach aussen arbeiten, vom Druck



FOTO: CLAUDIA K/SHUTTERSTOCK.COM

die Augenbrauen ganz leicht in Richtung Stirn, so fühlen Sie die Vertiefung an der oberen Augenhöhle. Fünf bis sechs Mal wiederholen.

- Nun werden die Augenbrauen „ausgewrungen“, bitte mit Gefühl auch wieder von innen nach aussen und fünf bis sechs Mal wiederholen.
- Als Abschluss der Augen werden diese mit den Fingern abgedeckt und leicht Druck geben.
- Nun geht es seitlich neben der Nase weiter. Hier auch wieder Druckpunkte setzen und sich von da aus unterhalb des Jochbeins in Richtung Ohren arbeiten.
- Danach einen Druckpunkt an den Schläfen setzen.
- Nun erfolgt das Ausstreichen der Kinnpartie, um danach zu den Ohren zu gehen. Beginnen Sie hier am Ohrläppchen und arbeiten Sie sich mit Druckpunkten an der Ohrmuschel nach oben entlang. Auch wieder fünf bis sechs Mal wiederholen.

„DIE ALLTAGSKLEIDUNG ABZULEGEN, HAT AUCH EINE PSYCHOLOGISCHE KOM- PONENTE – WIR LASSEN DEN ALLTAG HINTER UNS.

- Nun legen Sie die Hände in den Nacken, am Übergang von der Halswirbelsäule zum Kopf. Hier können Sie zunächst vorsichtig ziehen, um die Kundin leicht zu strecken und danach mit einigen Druckpunkten diesen Bereich von innen nach aussen zu entspannen.
- Im Anschluss legen Sie den Kopf vorsichtig in Ihre Handflächen und dehnen diesen zu jeder Seite, langsam drei bis fünf Mal.
- Um die Massage zu beenden, streichen Sie erneut zur Stirn und setzen einen Druckpunkt mittig auf der Stirn, fünf bis sechs Mal Druck geben. Danach wird die Stirn flächig ausgestrichen und Sie enden mit einem Abschlussdruckpunkt auf der Mitte des Vorderkopfes.
- Nach der Massage lassen Sie Ihre Kundin etwas ruhen und bereiten eine Algenmodellage vor. Diese ist ausgleichend für die Haut, kühlend und kann auch über die Augen gegeben werden. Nach dem Anrühren tragen Sie diese – in Absprache mit der Kundin – auf. Es ist hilfreich, Kosmetiktücher am Haarrand und neben den Ohren zu positionieren.
- Während der Einwirkzeit von 15 Minuten können Sie Ihre Kundin mit einer Massage für die Hände oder Füße verwöhnen.
- Die Maske wird in einem Stück abgenommen und eventuelle Reste mit Kompressen entfernt. Die Abschlusspflege erfolgt nach Hautbild und Kundenwunsch.
- Lassen Sie Ihrer Kundin genügend Zeit, um sich wieder anzuziehen, und halten Sie einen Tee bereit.



Urban Protection Anti-Aging und Schutz vor Umweltstress!

Schützt die Haut vor Feinstaub, Infrarot und Blaulicht-Strahlen.

Mildert Falten und schützt vor lichtbedingter Hautalterung.

Stärkt die Hautbarriere und verwöhnt die Haut mit Feuchtigkeit.

Naturkosmetik, frei von synthetischen Inhaltsstoffen.

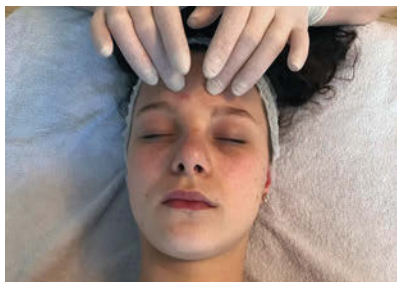


Weitere Informationen unter:

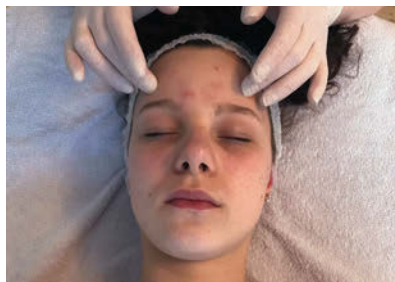
Telefon: +41 (0)62 878 31 41

www.lydiadainow.com

Die Anti-Stress-Massage Schritt für Schritt:



1. Druckpunkte auf der Stirn



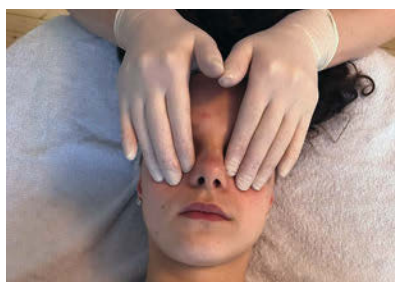
2. Druckpunkte auf der Stirn



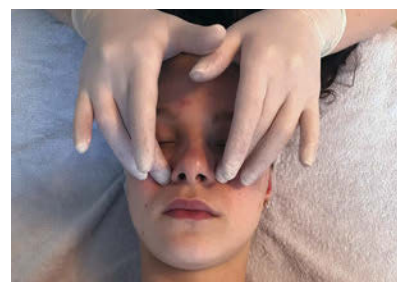
3. Druckpunkte unterhalb der Augenbrauen



4. Augenbrauen auswringen



5. Augen abdecken



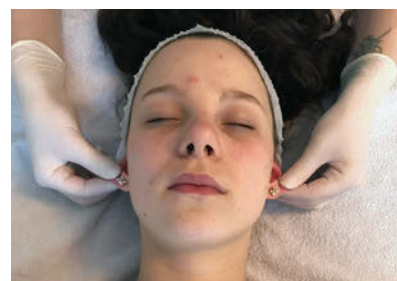
6. Druckpunkte seitlich neben der Nase



7. Druckpunkte seitlich neben den Augen



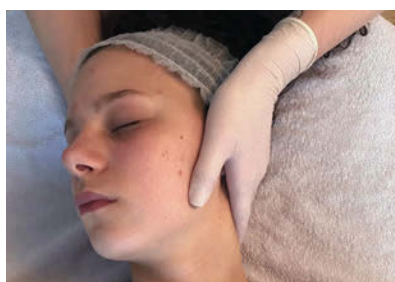
8. Kieferpartie ausstreichen



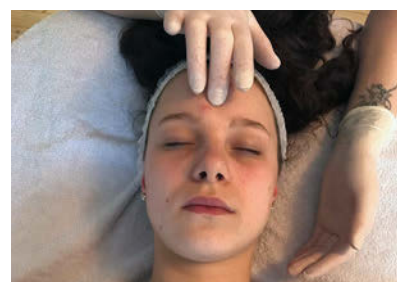
9. Ohren mit Druckpunkten bearbeiten



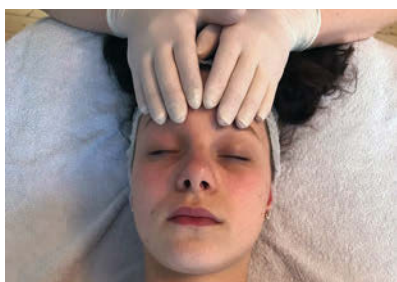
10. Druckpunkte im Nacken



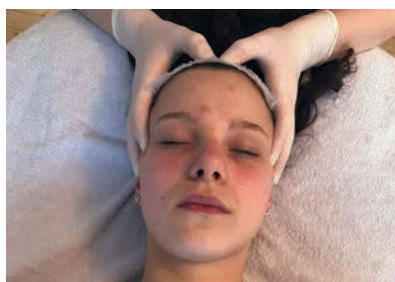
11. Kopf vorsichtig zu den Seiten dehnen



12. Druckpunkt Stirnmitte



13. Stirn flächig nach oben ausstreichen



14. Griff mit Druckpunkt auf dem Kopf



Susanne Pfau

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

FOTOS: AUTORIN

dini
FARB? STYLE?

... dini
WEBSITE!

Interesse?

www.simonkeller.ch/abo-service

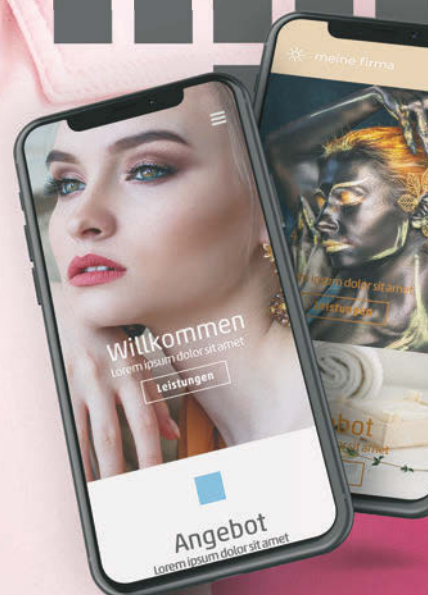
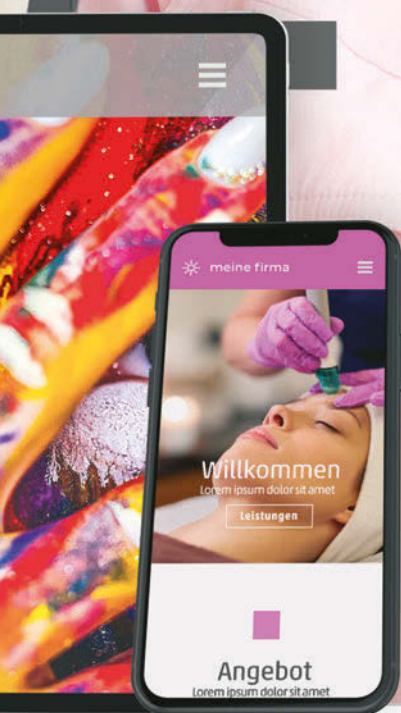
Für weitere Informationen
oder eine persönliche Beratung
erreichen Sie uns unter 034 420 08 07



Digital Service
by Simon Keller

Wir begleitet Sie und überspringen
alle technische Hürden.

Sie sprechen mit einem attraktiven
Webauftritt bestehende und
neue Kunden an.



VOLL UND GESUND

Gesundes, volles Haar lässt uns jugendlich und attraktiv aussehen – doch welche Faktoren beeinflussen die Kopfhaut und Haargesundheit Ihrer Kunden? Remo Lageder ist Spezialist für Haarausfall und führt Sie im Folgenden in das Feld der Trichologie ein.

Als Zeichen für Attraktivität und Gesundheit prägen unsere Haare entscheidend unser Erscheinungsbild. Umso belastender ist es für viele, wenn die Haare ausfallen oder nicht mehr wie gewohnt nachwachsen. Im Lauf des Lebens sind rund 50 Prozent der Frauen und 80 Prozent der Männer von Haarausfall betroffen.

AUSLÖSER FÜR HAARAUFSALL

Auslöser für den Haarausfall gibt es zahlreiche. Eine wichtige Rolle dabei spielt die Genetik. Aber auch hormonelle Schwankungen, Stress, mangelnde Nährstoffversorgung oder Krankheit und Medikamente lassen

die Haarpracht lichter werden. Um der Ursache des Haarausfalls auf den Grund zu gehen, ist eine ganzheitliche Betrachtungsweise somit unabdingbar.

ANALYSE DANK TRICHOSKOPIE

Neben einem ausführlichen Anamnesegespräch sollte heutzutage auch die moderne Technik der Trichoskopie genutzt werden. Bei der Trichoskopie werden in hoher Auflösung die Kopfhaut und deren Follikelstand bildlich dargestellt. Dies lässt erkennen, ob die einzelnen Follikel noch aktiv oder bereits abgestorben sind. Ebenso können Kopfhauterkrankungen festgestellt werden. In vielen Fällen kann so die passende Therapie

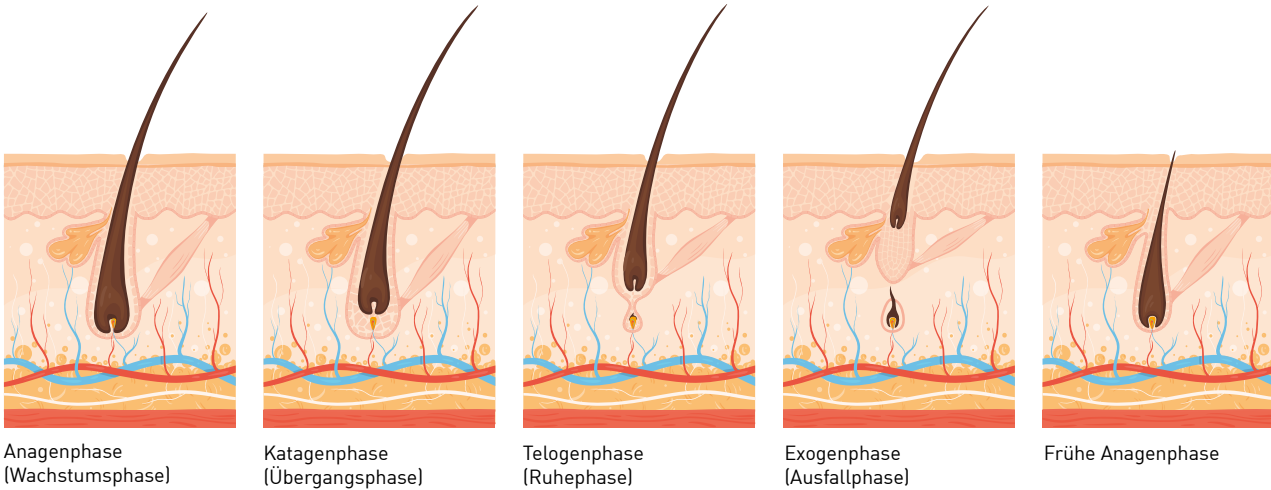
zur langfristigen Verbesserung von Kopfhaut und Haar gefunden werden.

KOPFHAUTGESUNDHEIT

Da die Kopfhaut der Nährboden für unsere Haare ist, ist eine gesunde Kopfhaut Voraussetzung für gesundes und gepflegtes Haar. Liegt eine Kopfhauterkrankung vor, so kann diese einen vermehrten Haarausfall verursachen oder begünstigen. Medizinische Shampoos oder Lotionen schaffen hierbei Abhilfe. Eine aus der Balance geratene Kopfhaut, die zu trocken, zu ölig oder zu schuppig ist, kann ebenfalls Beschwerden wie Juckreiz oder Brennen hervorrufen. In diesen Fällen lässt sich die Kopfhautgesundheit in der Regel schon mit



FOTO: YURIY ZHURANOV/SHUTTERSTOCK.COM



einfachen Mitteln verbessern. Zum einen kommt es auf das passende Produkt für die individuellen Kopfhautbedürfnisse an. Zum anderen empfiehlt es sich, den hartnäckigen Mythos, häufiges Haarewaschen sei schädlich, nicht mehr zu beachten. Die Kopfhaut darf regelmässig von Talg und Schuppen befreit werden. Dabei gilt: Je ölig oder schuppiger die Kopfhaut, desto öfter sollte gewaschen werden. Wer nicht täglich die Haare waschen möchte, sollte dies jeden zweiten und allerspätestens jeden dritten Tag tun. Zu heisses oder zu kaltes Wasser gilt es beim Waschen zu vermeiden. Ebenso zu grobes Bürsten, das die oberste Haarschicht aufräut. Auch von zu heissem Föhnen ist abzuraten. Stylingprodukte dürfen verwendet werden, wenn Kopfhaut und Haar regelmässig davon befreit werden.

HAARAUSFALL – WANN IST ER NORMAL, WANN NICHT?

Doch auch bei gesunder Kopfhaut kann es zu einem übermässigen Haarverlust kommen. Von Haarausfall spricht man in der Regel, wenn über einen längeren Zeitraum mehr als hundert Haare am Tag ausfallen. Diese Zahl ist allerdings nur als Anhaltspunkt zu verstehen – von Natur aus neigen manche Menschen zu einer höheren Anzahl an Ausfallhaaren. Verliert man jedoch über mehrere Wochen oder Monate mehr Haare als gewohnt, sollte man dies nicht auf die leichte Schulter nehmen und einen Experten aufsuchen. Denn die Haarfollikel reagieren sehr sensibel

und können am besten wieder gestärkt werden, wenn man frühzeitig reagiert. Ist der Haarausfall fortgeschrittener, miniaturisieren sich die Haarfollikel, und der Haarzyklus bildet keine gesunde Wachstumsphase mehr. Insbesondere bei der androgenetischen Alopezie fallen später oftmals nicht mehr zu viele Haare aus, sondern es wachsen zu wenig Haare in minderer Qualität nach.

Der genetisch bedingte Haarausfall ist die am weitesten verbreitete Haarausfallform, gefolgt vom diffusen Haarausfall. Was viele jedoch nicht wissen: Bei beiden Formen kann mithilfe des passenden Therapieplans der Haarausfall nicht nur gestoppt, sondern das Haarbild auch wieder sichtbar verbessert werden.

GANZHEITLICHE BEHANDLUNG

Auf Basis des Haarzyklus sollte die Behandlung mindestens vier Monate andauern, um erste Resultate zu sehen. Da der Haarausfall ein kom-

plexes Thema mit vielen Einflussfaktoren ist, bewährt sich der ganzheitliche Therapieansatz am besten. Neben Verwendung der richtigen Haar- und Kopfhautpflege müssen auch die Nährstoffdepots gefüllt werden. Vor allem Eisen, Vitamin B12, Biotin und Zink gehören zu den wichtigsten Vitaminen und Spurenelementen, die das Haarwachstum beeinflussen. Da die Haare jedoch kein bevorzugtes Gewebe in der Nährstoffverteilung unseres Körpers sind, ist eine direkte Stimulation an den geschwächten Haarwurzeln sinnvoll. Bestimmte Kopfhautseren werden dabei unterstützend eingesetzt. Zusätzlich zu den klassischen Kopfhautseren gibt es heutzutage hoch effektive Verfahren, die zielgerichtet die Haarfollikel stimulieren und somit das Haarwachstum fördern. Mit Techniken wie der Low-Level-Laser-Therapie (LLLT) werden die follikulären Einheiten wieder besser durchblutet und gleichzeitig mit Zellenergie versorgt. Dadurch können auch einst schwache Ausfallhaare wieder durch starke Wachstumshaare ersetzt und in einen gesunden Wachstumszyklus überführt werden.

Das fördert die Haargesundheit

- Passendes Shampoo verwenden – dann darf auch oft gewaschen werden, um von Schmutz, Talg und Schuppen zu befreien.
- Nicht zu heiss waschen oder föhnen. Wenn doch heiss geföhnt wird, Hitzeschutz nicht vergessen!
- Eine gesunde Ernährung und ausreichend Eisen, Vitamin B12, Biotin und Zink können das Haarwachstum positiv beeinflussen.



Remo Lageder

studierte Trichologie in New York und eröffnete 2018 die Haarklinik in Zürich. Das Institut arbeitet mit der World Trichology Society in New York und mit dem Philip Kingsley Institute in London zusammen. Zudem betreibt Remo Lageder ein Schulungsinstitut.

Serie

TEIL 12: SKINCARE FÜR DIE GENERATION Z

SO PFLEGEN SIE JUNGE HAUT

Im letzten Teil unserer Generationenserie erfahren Sie von Hautpflegespezialistin Nicole Martin, wie die Generation Z, die jüngste der Konsumgenerationen, tickt. Ausserdem lesen Sie, welche Pflegebedürfnisse die 12- bis 27-Jährigen haben und mit welcher Skincare-Routine sich diese in den Griff bekommen lassen.



Die Generation Z

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

GRAFIK: ASTELDESIGNSHUTTERSTOCK.COM

Die Ersten der Generation Z, geboren zwischen 1995 und 2010, sind gerade fertig mit ihrem Studium oder starten mit dem ersten Job nach der Lehre. Die Jüngsten von ihnen sind noch in der Grundschule.

ALWAYS ONLINE

Sie sind überall am Tablet, Smartphone oder Computer, insbesondere auf Instagram, Snapchat, WhatsApp oder anderen Messengern, bei denen das Gesicht und das Aussehen oftmals im Mittelpunkt stehen. Sie tun Gutes, streben nach Anerkennung, wollen Spass, Geld und Freiheit. Eine Studie zeigt: Fast die Hälfte hat eine Gesundheits-App auf dem Handy und legt Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Dies sind auch die Ansprüche an die tägliche Kosmetik.

AUSGEPRÄGTES UMWELT- UND SCHÖNHEITSBEWUSSTSEIN

Bei der Generation Z steht das Gesicht im Mittelpunkt, daher muss die Haut sich zeigen lassen können. Man tut etwas für sein Aussehen und pflegt sich, und zwar bewusst mit Produkten und Behandlungen, die den Nachhaltigkeitskriterien entsprechen. Sonnenschutz ja, aber mit Ocean Respect. Die Wirkstoffe und Verpackungen sollen der Umwelt nicht schaden, es wird auf Eco Clean geachtet.

Die Generation ist aber nicht unbedingt markentreu, sondern lässt sich gerne von Influencern und YouTubern auf der Suche nach neuen Trends inspirieren. Die Generation Z wünscht sich eine faktenbasierte Hautanalyse, damit die Veränderun-

gen der Haut dokumentiert werden können. Eine manuelle Analyse reicht nicht mehr aus, denn die technikaffine Gen Z will es genau wissen.

DIE BEDÜRFNISSE JUNGER HAUT

Die typischen Hautprobleme der Generation Z sind Hautunreinheiten und Feuchtigkeitsmangel. Daher werden gerne mattierende Produkte verwendet. Die Generation Z liebt zudem Peelings und tiefenreinigende Behandlungen für eine glatte Haut und verfeinerte Poren. Um die Haut wieder in Balance zu bringen, gilt es, diese drei Faktoren zu behandeln:

- Hyperseborrhoe
- Hyperkeratose
- Parakeratose

PASSENDE WIRKSTOFFE

Die Astragaluswurzel, auch Bocksdorn genannt, enthält einen Wirkstoff, der entzündungshemmend und antibakteriell wirkt und die Haut regeneriert. Ursolsäure und Bakuchiol werden für die positive Wirkung auf die Talgdrüsenproduktivität geschätzt. Immunstimulierende Wirkstoffe, die den AMP-Spiegel erhöhen, beispielsweise Mädesüss, sind ebenfalls wichtige Wirkstoffe für ein schönes, gesundes Hautbild. Dies kann in sechs Schritten erreicht werden:

- mit der auf das Hautbild abgestimmten Reinigung,
- mit dem passenden Toner,
- mit der Anwendung eines passenden Peelings
- und mit einer entsprechenden Maske,
- mit der Anwendung spezifischer Produkte zur Befeuchtung

- mit dem Auftragen von UV- und Blue-Light-Schutz.

Bei der Reinigung werden oft präbiotische Oligosaccharide verwendet, um die guten Bakterien der Haut nicht zu schädigen. Je nach Hauttyp kann auch etwas Salicyl-, Glykol- oder Milchsäure verwendet werden. Als Toner, empfiehlt sich ein Produkt, das die Barrierefunktion der Haut intakt hält, beruhigt und adstringierend wirkt.

Masken und Peelings sollten zur Hauterneuerung beitragen und verstopfte Poren reinigen und ihnen vorbeugen. Geeignet sind Produkte mit Hyaluron, Retinol oder Oxygen, abgestimmt auf das Hautproblem. Am besten werden diese als tägliche Heimpflege kombiniert mit entsprechenden Behandlungen im Kosmetikinstitut. Ein mattierender UV-Schutz darf selbstverständlich nicht fehlen. Ein Muss zum Schluss ist ein Blaulichtfilter, denn schliesslich ist diese Kundschaft der Handy- und Computerstrahlung dauerhaft ausgesetzt.



Nicole Martin

Die Autorin ist Inhaberin des 2012 gegründeten Vertriebs- und Kosmetikunternehmens Haute Beauté, L'Adresse Systems GmbH, Skeyndor Schweiz. Zuvor hatte sie die Beauty-Leitung im Grand Resort Bad Ragaz sowie Managementfunktionen in internationalen Luxuskosmetikkonzernen inne.

GLOWY TEINT



1

2



3



4



5



1 MASTER LIN Das „Facial Peeling“ mit Bambus und Tigergras soll der Haut ein frisches Strahlen verleihen. Es klärt den Teint sanft, ohne zu reizen. Tel. 044 389 87 87, www.jp-rosselet.ch. **2 YON-KA** Um den Hydrolipidfilm der Haut zu stärken, entwickelte Yon-Ka eine neue Formel für sein „Elixir Vital“. Laut Anbieter soll das Produkt eine geschädigte Hautbarriere aufbauen und für ein glatteres, jüngerer Hautbild sorgen. Tel. 014 119 56 56, www.yonka.ch. **3 DR. HAUSCHKA** Der milde „Reinigungsbalsam“ mit Rügenger Kreide, Birke und Aprikose verspricht eine sanfte Reinigung für alle Hautbilder. Die Gel-zu-Milch-Textur entfernt Make-up und Schmutz und enthält Inhaltsstoffe, die leicht biologisch abbaubar sind. Tel. 031 3 88 80 10, www.dr.hauschka.ch. **4 DR. BELTER** Der Gesichts- und Körperroller mit Fill-in-System soll eine effektive Einarbeitung von Wirkstoffkonzentraten in die Haut ermöglichen. Dabei kann die Massage stimulierend auf die Hautregeneration und die Bindegewebs-synthese wirken. Tel. +49 (0) 531 34 44 78, www.dr-belter.de. **5 IRÄYE** Die von Schweizer Lymphologen und Skincare-Experten entwickelten Produkte sollen mithilfe des speziellen „Lymphactive“-Komplexes das lymphatische System aktivieren. Derzeit sind das „Radiance Firming Serum“, „The Cream“ sowie die „Eye Revive Cream“ erhältlich. www.irayeskincare.com

INTERVIEW

MILCH UND HAUT

Dass Milch hautpflegende Wirkstoffe enthält, wusste schon Kleopatra. Dennoch berichten viele Menschen von unreiner Haut, die durch Milchkonsum ausgelöst wird. Woran das liegt und in welcher Form Milch positive Eigenschaften für unsere Haut entfalten kann, lesen Sie im Interview.



3 FRAGEN AN MELANIE MAZZARA, ERNÄHRUNGSEXPERTIN AUS ZÜRICH

BEAUTYFORUM: *Milch gilt schon seit Jahrtausenden als ultimativer Schönmacher und Kalziumlieferant – ist dieses Image noch zeitgetreu?*

Melanie Mazzara: Nein, dieses Image ist nicht mehr zeitgetreu. Wir wissen längst, dass Milch eine verschleimende Wirkung hat und viele Menschen negativ auf Milch reagieren. Dabei handelt es sich oft nicht nur um eine Laktoseintoleranz, sondern um eine Kaseinintoleranz. Bei einer Kaseinunverträglichkeit reagiert der Körper auf einen spezifischen Eiweissbestandteil in allen tierischen Milchprodukten, nämlich das Kasein. Der Grund dafür ist häufig eine durchlässige Darmschleimhaut, auch bekannt als Leaky-Gut-Syndrom. In einem solchen Fall setzt ein zu hoher Milchkonsum den Körper unter Stress. Dies wirkt sich wiederum auch auf unser Hautbild aus. Es ist richtig, dass Milch Kalzium enthält, das einer der wichtigsten Bausteine für die Knochendichte ist. Aber auch andere Lebensmittel enthalten gleich viel oder sogar noch mehr Kalzium. Und ohne Vitamin D kann der Körper erst gar kein Kalzium einbauen.

Immer mehr Menschen bekommen Akne durch den Konsum von Milch. Woran liegt das?

Viele Menschen haben Probleme, die Milch aufzuspalten, und reagieren sensibel auf einzelne Milchbestandteile. Werden die Milchprodukte trotzdem konsumiert, schwächt dies die Darmschleimhaut, infolgedessen wandern diverse Stoffe ins Blut ab, die dann vom eigenen Immunsystem angegriffen werden. Ausserdem bewirken Mikroentzündungen in der Schleimhaut eine Sensibilisierung des Darmnervensystems. Dies hat zur Folge, dass die durch die Entzündung irritierte Schleimhaut vermehrt neuroaktive Botenstoffe wie Serotonin, Histamin und Proteasen ausschüttet. Diese wiederum bringen die innere Darmflora aus dem Gleichgewicht.

Diese Mikroentzündungen zeigen sich daher oft durch Beschwerden der Darmschleimhäute oder eben auch der Haut. Es kann daraus ein unreines Hautbild oder gar Akne entstehen.

Wie wirkt sich Milch als Inhaltsstoff in Kosmetika auf die Haut aus?

Milchsäurebakterien oder Milchpeptide können der Haut Feuchtigkeit spenden und den Säureschutzmantel der Haut stärken. Es ist schon lange bestätigt, dass Milch Wachstumshormone enthält, die dazu beitragen, die Hauterneuerung anzuregen. Ich persönlich bin ein grosser Fan von Milchsäurebakterien oder Probiotika zur oralen Einnahme sowie als Inhaltsstoff in Kosmetika.

Das Interview führte Jaqueline Kramer.

DIE EXPERTIN



MELANIE MAZZARA

Melanie Mazzara leitet ein Gesundheitszentrum in Zug sowie eine Praxis für Ernährung und Darmgesundheit in Zürich.
www.detox-station.ch

PFLEGEKICK



1



3



2



5



4



1 PEVONIA Das „De-Stress Escape Aromatic Oil“ enthält eine Mischung aus natürlichen Ölen, die sowohl Trockenheit verhindern, als auch Entspannung schenken sollen. Tel. 034 420 08 00, www.simonkeller.ch **2 BABOR** Für die diesjährige Limited Edition der „Ampoule Concentrates“ kreierte der Künstler Paul Schrader die sechs farbenfrohen Umverpackungen der 7-Tages-Ampullenkuren. Tel. 055 420 28 20, www.babor.ch **3 SKEYNDOR** lanciert „V-Shape Lifting Home Care“, eine Anwendung für das Gesichtsoval, das Dekolleté und den Hals, bestehend aus Serum, Creme, Masken und Massageroller. Tel. 044 772 22 76, www.skeyndor.ch **4 DERMALOGICA** In unserer vergangenen Produktvorstellung des „Daily Milkfoliant“ hat sich der Fehlerteufel eingeschlichen: Das neue Puder-Peeling löst den bekannten „Daily Mikrofoliant“ nicht ab, sondern erweitert das Sortiment von Dermalogica. Tel. 062 891 55 07, www.dermalogica.ch **5 BELICO** Die „Zero“ Gesichtsmaske verspricht, die Haut zu beruhigen, zu revitalisieren und zu mineralisieren. Sie enthält zudem Öle und feuchtigkeitsspendende Wirkstoffe. www.belico.de

Ratgeber

ALLTAGSPROBLEME TEIL 21

WAS WÜRDEN SIE TUN?

„Eine Neukundin erfuhr von einer meiner Stammkundinnen, dass ich ihr Preisnachlass aufgrund langjährigen Vertrauens gewähre. Nun forderte sie diesen auch ein. Wie hätten Sie reagiert?“

Carla F., Kosmetikerin aus Rothrist

Wenn wir zunächst ans Verhandeln denken, glauben wir, einen Gewinner oder Verlierer am Ende zu haben. Sich in Verhandlungsgesprächen nicht durchgesetzt zu haben, stellt für die meisten ein frustrierendes Erlebnis dar. Um eine „Win-win-Situation“ zu schaffen, versuchen wir, lieber einen Deal einzugehen. Einen Deal, der uns bereichert und der Kundin das Gefühl gibt, gewonnen zu haben. So gewinnen Sie auch die hartnäckigste Kundin zur liebevollen Stammkundin. Wir alle verfolgen verschiedene Interessen. Lassen sich diese herausfinden, lässt es sich viel einfacher verhandeln.

LUKRATIVE KOMBIS ANBIETEN

Bauen Sie Ihrer Kundschaft eine Brücke, die ihr ein Entgegenkommen symbolisiert und Ihrem Geschäft einen Mehrwert schenkt. Fragen Sie nach, welches Bedürfnis hinter dem Rabatt steckt. Bieten Sie ein Kombiangebot an oder eine besondere Serviceleistung. Bis dahin kam die besagte Kundschaft eventuell „nur“ zur Gesichtsbehandlung und wird künftig eine Fusspflege oder ein Wimpern- und Brauenfärben dazu kombinieren und erhält so eine kleine Vergünstigung, die wir guten Gewissens geben können. Können wir zwei

DIE EXPERTIN



REBECCA BROTSCHI

Die Kosmetikerin EFZ ist Inhaberin ihres Kosmetikinstituts in Buchs AG sowie eidg. ausgebildete Ausbilderin in der Erwachsenenbildung. Zudem amtiert sie in der Qualitätssicherungskommission der Berufsprüfungen und ist als ÜK-Leiterin an der Grundausbildung der angehenden EFZ-Kosmetikerinnen beteiligt.
www.rebeccabrotschi.ch

oder sogar mehrere Behandlungen kombinieren, steigt zusätzlich der Stundenansatz, und Sie können den Rabatt ohne effektive Verluste in der Kasse erlauben.

ÜBEN SCHAFFT SICHERHEIT

Sicher ist, dass Verhandlungsgespräche am besten und erfolgreichsten verlaufen, wenn man sie trainiert

und einstudiert. Auf Einwände der Kundschaft vorbereitet zu sein, erspart Ihnen viele unglückliche Szenarien.

QUALITÄT HAT IHREN PREIS

Wichtig bleibt es dennoch, auf mögliche Erpressungen der Kunden nicht einzugehen. Einem Hai im Fressrausch würden wir unsere Hand auch niemals reichen. So auch nicht einer Rabattjägerin, die unseren allfälligen Ruin bedeuten könnte.

Reagieren Sie also nicht nur mit Verständnis auf eine Rabattanfrage. Handeln Sie gezielt, schliesslich wollen Sie sich positiv von anderen Anbietern auf dem Markt unterscheiden und nicht als Budget-Studio bekannt werden.

Brauchen Sie auch einen Rat?

Wünschen Sie sich für eine bestimmte Situation auch einen Rat? Mailen Sie uns Ihre Frage an Jaqueline. Kramer@health-and-beauty.com. Wir leiten Ihr Anliegen weiter!

WO DRÜCKT DER SCHUH?

Als Fusspflegerinnen begegnen Ihnen Hühneraugen tagtäglich. Immer wieder leiden Kunden an den unangenehmen Druckstellen aus übermässiger Hornhaut. Lesen Sie hier, was Sie der Kundin raten können, um Hühneraugen in Zukunft zu vermeiden.



FOTO: NEW AFRICA/SHUTTERSTOCK.COM

Entstehung von Hühneraugen

Die Entstehung von Hühneraugen liegt im ungleichen Verhältnis von Druck und Reibung. Dieser Druck und diese Reibung entstehen, wenn der Schuh drückt, weil er zu eng ist. Leider haben viele Menschen ein falsches Bewusstsein darüber, wie sich das Grössenverhältnis in den Schuhen auswirkt. Denn viele sind in zu kleinen (Bild 1), zu schmalen (Bild 2) oder zu kurzen (Bild 3) Schuhen unterwegs.



Hier ist deutlich zu erkennen, dass der Fuss über den seitlichen Rand der Einlage steht.



Mit der Hand wird die Schuhwand simuliert, und die Quetschung der Zehen wird deutlich.



Die beiden ersten Zehen laufen vorne sehr markant über den Sohlenrand.

Gerade bei Hühneraugen (Clavi) liegen die Ursachen recht klar auf der Hand und wenn diese erkannt werden, können Probleme dauerhaft beseitigt werden.

Die Entstehung von Hühneraugen liegt in dem ungleichen Verhältnis von Druck und Reibung, wobei die Reibung der Hauptfaktor ist. Clavi sind ein Problem der unsachgemäßen Schuhversorgung. Allerdings kann auch enge Bestrumpfung, zum Beispiel durch Kompressions- oder Stützstrümpfe, diese Beschwerden verursachen.

Ich stelle immer wieder fest, dass die Menschen in ihrer Schuhmode ein völlig falsches Bewusstsein darüber haben, wie sich das Größenverhältnis in den Schuhen auswirkt. Wenige Kunden sind sich darüber im Klaren, was diese zu kleinen Schuhe auslösen. Was ich damit ausdrücken möchte, ist, dass es in den Therapien in der Fussbehandlung darum geht zu schauen, weswegen sich diese Probleme zeigen. Dann sind sie ursächlich auch zu behandeln.

VON VORNHEREIN VERMEIDEN

Wie vermeide ich Clavi in Zukunft? Die Antwort ist denkbar einfach: „Machen Sie den Kunden klar, dass ihre Schuhmode nicht mit ihrer Fussform konform ist!“ Das ist in der Realität oft nicht so einfach. Doch solche anschaulichen Beispiele, wie ich sie gezeigt habe, lassen oft Wunder geschehen.

Erst durch die deutliche Darstellung verstehen die Kunden, wo das Problem liegt. Nun ist das Verständnis für den nächsten Schritt da und kann therapeutisch in Angriff genommen werden.

DIE BEHANDLUNG

Wenn die Kunden bei Ihnen im Studio sitzen, ist das Hühnerauge meist schon da. Bei einem leichten Hühnerauge können Sie im Rahmen der kosmetischen Fusspflege das Hühnerauge vorsichtig bis zur Elastizitätsgrenze abtragen. Daraufhin werden die Ränder der Stelle mithilfe eines Schleifers entgratet. Handelt es sich um ein tieferes Hühnerauge mit schmerzhaftem Hornhautkegel, der

sich in die Tiefe bohrt, so sollten Sie dringend einen Podologen empfehlen, dieser kann das Hühnerauge schonend mit einem Skalpell entfernen.

Da das Hühnerauge noch ein bis zwei Tage nachzuspüren ist, sollten Sie Ihren Kunden das Laufen erleichtern, indem ein Druck- und Reibungsschutz angebracht werden.

UNACHTSAMKEIT MIT FOLGEN

Muss ein Hühnerauge behandelt werden? Ein Hühnerauge, das nicht versorgt wird, würde dem Betroffenen immer mehr Beschwerden bereiten. Mit der Zeit kann sich ein deutlicher und schmerzhafter Hornhautkegel bilden, der sich in die Tiefe bohrt. Dies würde mit der Zeit eine Ausweichbewegung nachschieben, um dem Schmerz zu entgehen. Die anderen Gelenke würden darunter leiden oder auch beschädigt werden. Folgeerkrankungen sind dann zu erwarten.



Maren Bloß

Die Autorin ist selbstständige Podologin und Wundexpertin (ICW). Sie leitet eine kassenzugelassene Praxis in Niedersachsen, betreibt Aufklärung zum Berufsbild und hat verschiedene Fachbücher verfasst.

„MACHEN SIE DEN KUNDEN KLAR, DASS IHRE SCHUHMODE NICHT MIT IHRER FUSSFORM KONFORM IST!“



UNTER STROM

Galvanik-Behandlungen finden auf vielfältige Weise ihren Einsatz im Institut. Der konstante Gleichstrom wird dabei in so niedriger Stromstärke verwendet, dass er keinen Muskelreiz auslöst. Kosmetikmeisterin Eva Artner stellt die Anwendungen vor und gibt Behandlungstipps.

Galvanischer Strom gehört in der Kosmetik zu den niederfrequenten Strombehandlungen. Diese lassen sich in unterschiedliche Arten einteilen: Galvanischer Feinstrom, Iontophorese, Elektrophorese (Wanderung kolloidaler Teilchen) und Reizstrom. Nur wenige Geräte bieten so viele Behandlungsmöglichkeiten wie das kleine, Iontophorese-Gerät mit seinen zwei Elektroden.

IONTOPHORESE – WAS IST DAS?

Die Iontophorese ist ein Gleichstrom, der keine Frequenzen zeigt. Er entspricht der körpereigenen Spannung. Der Strom fliesst gleichmässig vom Minuspol (Kathode) zum Pluspol (Anode). Auf der negativen Elektrode (Kathode) entwickelt sich Lauge. Auf der positiven Elektrode (Anode) bildet sich Säure. Der Ionentransport

findet bei etwa 10 bis 30 Milliampere (mA) und maximal 60 Volt (V) Gleichstrom statt. Die beiden Elektroden sind räumlich voneinander getrennt, weshalb kein direkter Elektronenübergang stattfindet. Reduktion und Oxidation laufen getrennt voneinander ab. Die Wirkstoffe, die zur Behandlung in die Haut eingeschleust werden sollen, müssen eine elektrische Ladung haben oder in einem gelösten Leitelektrolyten vorliegen, damit sie in dem Gleichstromfeld gezielt wandern können. Ungeladene

Wirkstoffe wandern nicht. Hier entstehen im Behandlungsgebiet eine Umverteilung der Ladung sowie eine Ionenverschiebung, und das führt dadurch wiederum zu einer Veränderung der Ionenzusammensetzung an den Zellen (= gleichzeitige elektrochemische und elektrophysiologische Wirkung). Die Folge ist eine Hyperämie (verstärkte Durchblutung durch Gefässerweiterung), was zu einem schnelleren Abtransport von Stoffwechselprodukten und einer Resorption von Ablagerungen führt.

„AUCH WENN DIE ANWENDUNG EINFACH ERSCHEINT, SOLLTEN SIE – NEBEN VIELEN WICHTIGEN PHYSIKALISCHEN PARAMETERN – DIE DOSIERUNG KENNEN.“

DESINCRUSTATION

Die Desincrustation ist eine weniger bekannte, jedoch sehr wirksame Behandlungsmöglichkeit der galvanischen Strombehandlungen. Besonders bei der Seborrhoea Sicca („trockener Talgfluss“) ist sie unschlagbar. In Sebum und Keratin befindet sich ein grosser Anteil an Cholesterinester, was diesen Hauttyp schwer behandelbar macht. Eine Lösung in Form einer Lauge wird fünf bis acht Minuten lang mit negativem Pol sofort am Anfang der Behandlung verwendet. Dadurch werden der härtere Hauttalg und das Keratin emulgiert. Die Haut wird geschmeidiger, feiner, und die Komedonen lassen sich leichter entfernen.

IONTOPHORESE IM INSTITUT

Durch die elektrolytische Dissoziation der Produkte, das heisst, durch den Zerfall einer Verbindung in Anionen und Kationen (Grundlage für die Ionisation; sie findet beim Lösen von Salzen in Wasser statt) und die Ionenwanderung wird der Wunsch erfüllt, in die Zelle Feuchtigkeit und Wirkstoffe einzubringen. Da auch der menschliche Körper ein Elektrolyt ist, ist er fähig, Ionen zu transportieren. Durch die Iontophorese eingeschleuste Produkte sammeln sich in der Haut an und werden später über die Kapillaren aufgenommen. Auf diesem Weg besteht die Möglichkeit, den osmotischen Druck (Turgor) zu erhöhen. Selbst die Leitungswasser-Iontophorese hat eine feuchtigkeitsspendende Wirkung. Ganz gleich, ob es sich um einen oberflächlichen oder tief liegenden Feuchtigkeitmangel handelt oder um welchen Hauttyp – sowohl das Einschleusen von Produkten und die Durchblutung

HINWEIS !

Sie sollten auch mögliche Faktoren betrachten, bei denen Sie von einer Behandlung absehen sollten. Dazu zählen beispielsweise Schwangerschaft, Herzschrittmacher, Zirkulationsstörungen, Fieber, Chemo- und Strahlentherapie, Epilepsie und Krebs.

Behandlungsablauf

- Wenden Sie Geräte immer nach der Ausreinigung – möglichst nach der Peeling-Phase – an.
- **Die Desincrustation** bei Seborrhoea Sicca erfolgt mit einer Lauge vor dem Ausreinigen (negativer Pol).
- **Bei der Iontophorese:** Tragen Sie eine wasserlösliche Gelmaske mit ionisierbaren Wirkstoffen auf.
- Massieren Sie die Haut mit beiden Elektroden wie bei einer manuellen Massage für die Dauer von circa 10 bis 15 Minuten. Ob an den Elektroden minus oder plus eingestellt werden muss, ist abhängig von der Polarität der Wirkstoffe, ob diese mit positiver oder negativer Ladung eingeschleust werden können.

Elektrodenplatzierung bei der Massage

- Negative Elektrode oben vom Kopf – wirkt stimulierend
- Positive Elektrode oben zum Kopf – wirkt beruhigend

als auch der Zellstoffwechsel werden durch die Behandlung verbessert. Es wird eine Steigerung der Regenerationsfähigkeit und des Wasserbindungsvermögens der Haut erreicht.

Achtung: Destilliertes Wasser ist nicht ionisierbar. Zuckerlösungen haben keine elektrische Leitfähigkeit. Das positiv geladene Kation wird von der positiven Anodenelektrode und das negativ geladene Anion wird von der negativen Kathodenelektrode zum Eintreten in die Haut gebracht.

MANUELLE MASSAGE MIT IONTOPHORESE

In diesem Fall sind Anwender und Kunde durch die Elektroden verbunden. Die eine Elektrode liegt bei dem Anwender, die andere beim Kunden. Das leichte „kribbelnde“ Gefühl macht die Massage noch lebendiger. Bei der Massage sollte keine Creme verwendet werden, nur wasserlösliche Substanzen.

MÖGLICHE ANWENDUNGEN

Als feuchtigkeitsspendende Behandlung können wir eine komplett auf der Iontophorese basierende Behandlung zusammenstellen. Die lang anhaltende Wirkung der Iontophorese schätzen besonders „reifere“ Kunden. Über einem gut befeuchteten Gewebe ist die Haut wunderbar gestrafft. Genauso ist sie eine exzellente Ergänzung zu Säurebehandlungen oder einer Aknebehandlung. Narben und auch

Cellulite können ebenfalls erfolgreich mit Iontophorese behandelt werden. Die Leitungswasseriontophorese ist ein weiteres Anwendungsgebiet zur Reduzierung übermässiger Schweissbildung (Hyperhidrose), ohne dabei die Schweissdrüsen zu schädigen.

BEHANDLUNGSTIPPS

Beginnen Sie mit der niedrigsten Einstellung am Gerät und steigern Sie die Intensität während der Behandlung. Gegen Ende der Behandlung sollten Sie die Intensität wieder reduzieren. Entfernen Sie die Elektroden oder Hände erst dann von der Haut, wenn die Behandlung beendet ist. Die in das Gewebe eingeführte Menge der Produkte hängt nicht von der Konzentration der Lösung ab, sondern von der Stromstärke und der Zeit. Auch wenn die Anwendung sehr einfach erscheint, sollten Sie – neben vielen wichtigen physikalischen Parametern – die Dosierung kennen. Die Dosis ist abhängig von der Stromstärke und der Behandlungszeit sowie vom Feuchtigkeitsszustand der Haut.



Eva Artner

Die Autorin ist seit über 35 Jahren Kosmetikmeisterin, Elektrokosmetikerin und Epilatorin. Zudem ist sie Ausbilderin und Trainerin „Kosmetikmeister (HWK)“ und leitet die Ästhetik Akademie. www.aesthetik-akademie.de

10-PUNKTE-PLAN

Beim Anti-Aging wird gegen eine bereits bestehende Hautalterung gearbeitet. Das Pre-Aging setzt jedoch schon davor an. Dr. med. Jan Nebendahl, Facharzt für Plastische und Ästhetische Chirurgie, verrät sein Pre-Aging-Konzept für den Alltag.

Der genetische – bisher unvermeidliche – Alterungsprozess, aber auch der Lebensstil und die äusseren Einflüsse wie Sonne oder Umweltgifte führen auf Zellebene zu einer Kettenreaktion, die immer mehr oxidierte Proteine und geschädigte Zellbestandteile nach sich zieht. Die Auswirkungen gehören ein Spannkraftverlust des Kollagens, der wiederum Faltenbildung verursacht. Und es entstehen Pigmentveränderungen, die wiederum zu einem ungleichmässigen Hautton und Altersflecken führen. Mit diesem Zehn-Punkte-Plan können Ihre Kundinnen Pre-Aging im Alltag umsetzen.

1. NICHT MEHR RAUCHEN

Aus ärztlicher Sicht gesehen, gibt es nichts Schlechteres, was Sie Ihrem Körper antun können, als zu rauchen. Es ist meine persönliche Pre-Aging-Nummer 1!

2. VOR SONNE SCHÜTZEN

Kaum etwas lässt die Haut im Alter älter aussehen als der Sonnenschaden, den Sie sich in jüngeren Jahren eingefangen haben. Natürlich gehört Sonne zum Leben, aber der richtige Umgang ist entscheidend. Vermeiden Sie Sonnenbrände. Verwenden Sie täglich Sonnenschutz. Aber seien Sie auch jeden Tag minimum 20 Minuten im Hellen draussen und gewöhnen somit Ihre Haut an die Sonne.

3. AUF ERNÄHRUNG ACHTEN

Vermeiden Sie tierische Fette und zu viel Zucker. Sie dürfen alles essen – aber bitte in Massen – und am besten: selten Kekse und noch seltener Wurst. Fasten Sie!

Durch regelmässiges Fasten mit Nüchternheitsperioden von 14 bis 16 Stunden altern Zellen langsamer. Ständiges Essen lässt die Energieverarbeitungssysteme des Körpers durchgehend arbeiten, was zu einem schnelleren Altern führt. Essen Sie Lebensmittel, die entzündungshemmende Botenstoffe produzieren wie Leinsamen, Raps- oder Weizenkeimöl.

4. ALKOHOL VERMEIDEN

Alkohol ist ein Zellgift. Er lässt die Zellen schneller altern. Auch verhindert Alkohol guten Schlaf. Und im Schlaf finden die wichtigsten Reparaturprozesse statt – besonders auch für die Haut.

5. SPORT TREIBEN

Nicht jeden Tag, aber mindestens drei Mal pro Woche – länger als 30 Minuten. Seien Sie kreativ: Verschiedene Sportarten sind besser als immer die gleichen Übungen.

6. DIE HAUT REINIGEN

Waschen und reinigen Sie Ihre Haut. Aber richtig – auf keinen Fall zu aggressiv. Verhindern Sie Hautirritationen. Ein Reinigen ist aber täglich erforderlich. Dadurch können Umweltgifte entfernt werden. Ich empfehle die Gesichtereinigung morgens und abends und immer nach starkem Schwitzen.

7. RICHTIGE PFLEGE WÄHLEN

Die modernen kosmetischen Wirkstoffe steuern dem Alterungsprozess der Haut unsichtbar entgegen. Kosmetika beinhalten wichtige Vitamine und Hyaluronsäure.

re. So kann Vitamin A Pigmentverschiebungen und Sonnenflecken aufhellen, aber auch den Zusammenhalt des Zellverbands und die Kollagensynthese fördern. Vitamin C ist ein Kollagenstabilisator und ein effektives Oxidans. Hyaluronsäure versorgt die Haut mit Feuchtigkeit und führt dazu, dass Trockenheitsfältchen geglättet werden und der Teint prall wirkt.

8. ZUM HAUTARZT GEHEN

Je früher Hautkrebs erkannt wird, umso einfacher und erfolgreicher ist er zu behandeln. Deswegen: Gehen Sie einmal im Jahr zum Hautarzt und lassen Sie das gesamte Hautintegument komplett anschauen. Ein guter Hautarzt untersucht Sie vom Scheitel bis zur Fusssohle.

9. ZUR KOSMETIKERIN GEHEN

Niemand weiss es so gut wie Sie: Die regelmässige Hautpflege bei der Kosmetikerin kann der Hautalterung effektiv vorbeugen. Und: Sie können Ihre Kunden auch hinsichtlich einer passenden Pflegeroutine für zu Hause bestens beraten.

10. GLÜCKLICH LEBEN

Pflegen Sie Freundschaften und soziale Kontakte aus allen Altersgenerationen.



Dr. med. Jan Nebendahl

Der Facharzt für Plastische und Ästhetische Chirurgie ist Leiter des Zentrums für Ästhetische Dermatologie, Plastische Chirurgie und Lasermedizin am Dermatologikum Hamburg.
www.dermatologikum.de

MEDICAL CARE

1



2



5



3



4



1 MATIS „Réponse Préventive Age B Mood“ ist ein leichtes Fluid, das die Haut nicht nur mit Feuchtigkeit versorgen, sondern auch vor Umweltverschmutzung, Oxidantien und Blue Light schützen soll. Tel. 044 389 87 87, www.jp-rosselet.ch. **2 BELICO** „AHA | BHA 12“ ist eine leichte Emulsion mit Fruchtsäurekomplex. Sie soll Unebenheiten ausgleichen und Fältchen mindern, während Salicylsäure porenverfeinernd wirkt. www.belico.de **3 SWISSESTETIC** Das „retinolift concentrate“ ist ein Serum für alle Hauttypen. Es verspricht Falten und Linien zu verfeinern. Ausserdem soll es antioxidativ und zellaktivierend wirken. Tel. 041 768 80 80, www.swissesstetic.ch. **4 CNC SKINCARE** bringt mit „fruit appeel Professional“ eine dermazeutische Fruchtsäurebehandlung für die professionelle Anwendung auf den Markt. Verschiedene Fruchtsäuren sollen Fältchen, Narben, Pigmentverfärbungen und unreine Haut verbessern. Tel. 061 271 60 60, www.cnc-cosmetic.ch **5 DR. MED. SCHRAMMEK** Gereizte, gerötete Haut wird mit dem „Sensitive Soothing SOS Fluid“ beruhigt. Die Textur ist leicht und kühlend und enthält Essenzen aus sieben Heilpflanzen. Squalan und Aloe vera stärken und beruhigen die Haut zusätzlich. Tel. 034 420 08 00, www.simonkeller.ch

DOSSIER

SOCIAL MEDIA FÜRS INSTITUT

Facebook, Instagram und Co. sind zu wichtigen Tools für Kosmetikinstitute geworden. Mit ihnen können Sie neue Kunden gewinnen oder den Bekanntheitsgrad Ihres Instituts steigern. Wie Sie passende Inhalte finden, diese richtig umsetzen und Ihre Reichweite steigern, lesen Sie auf den nächsten Seiten.



VIDEOS ALS CONTENT-BOOSTER

Nutzen Sie die authentische Power von einem Bewegtbild für Ihre Social-Media-Kanäle: In diesem Artikel verraten wir Ihnen, wie Sie aus Marketingsicht Erfolg versprechende Videos mit einfachen Mitteln drehen können. Welche Videoformate machen mit welchem Inhalt Sinn, und was sollte unbedingt beachtet werden?

Video content is king! Das Bewegtbild hat sich verändert: Inzwischen konsumieren wir Bewegtbildinhalte täglich auf unseren Smartphones. Deswegen bieten alle Social-Media-Plattformen inzwi-

schen vielfältige Funktionen, um Videos einzubinden. Der konsequente Einsatz von Videoformaten wird Ihre Kanäle auf ein neues Level heben. Nutzer haben ständig und überall unbegrenzt Zugang zu Videos. Doch wie stechen Sie aus dieser Masse he-

raus? Es gilt, Menschen zu bewegen und in Erinnerung zu bleiben. Das gelingt Ihnen mit Glaubwürdigkeit, Authentizität und Emotionen. Nutzen Sie die Möglichkeiten, die die Social-Media-Plattformen bieten, um mit Storytelling eine noch emotio-



FOTO: TATIANA CHEKRYZHOVA/SHUTTERSTOCK.COM

nalere Verbindung zu Ihrem Kunden aufzubauen.

Ob zur Unterhaltung, für informative Inhalte oder gleich beides? Videos sind aus Marketingsicht ein wichtiger Teil der Content-Erstellung. Die Nutzer wollen Gefühle und echte Geschichten sehen. Videomaterial bietet eine deutlich höhere Emotionalität und Authentizität als gestellte Fotos. Mehr noch: Das Bewegtbild löst das normale Bild auf Social Media sogar ab. Denken Sie an TikTok, das eine reine Bewegtbild-Plattform ist. Jedoch hat sich auch Instagram funktions-technisch in den letzten Jahren angepasst. Auch Instagram wird immer mehr zur Video-Plattform mit vielfältigen Funktionen, um ein Bewegtbild einzubinden.

Videos sind kein Trend mehr. Stattdessen ist das Bewegtbild „der“ Inhalt überhaupt. Daher zähle ich Ihnen gerne auf, wie Sie die unter-

ken. Auch ein Blick hinter die Kulissen Ihres Instituts bietet sich an.

Ziel ist es dabei, mit Ihren aktuellen sowie potenziellen Kunden zu interagieren und Interesse zu erzeugen. Ausserdem bietet sich auch die Möglichkeit, durch Fragesticker Umfragen zu machen und so auch das Interesse an neuen Behandlungen oder Trends abzufragen.

Inzwischen hat die Relevanz von Instagram Stories langsam, aber sicher die des altbekannten Feeds übertroffen. Daher sollten Sie die Funktion der Stories unbedingt nutzen. Seien sie präsent, authentisch statt zu perfektionistisch.

INSTAGRAM STORIES ALS SERIE KONZIPIEREN

Neben Einblicken in Ihre tägliche Arbeit können Sie die Stories auch als eine Art Serie auf Ihrem Account aufbauen. Beispielsweise können Sie

Videos am Stück anzuschauen und so einen Eindruck von Ihrer Arbeit zu erhalten sowie Sie kennenzulernen.

INSTAGRAM LIVE ALS FRAGE-ANTWORT-MÖGLICHKEIT

Das 2016 eingeführte „Instagram Live“ verfolgt ein ähnliches Prinzip wie die Instagram Stories. Es handelt sich um einen Video-Livestream. Wenn Sie live sind, sehen Ihre Follower in Echtzeit, was Sie filmen. Live-Videos sind ähnlich wie Stories ganz oben auf der Startseite zu sehen, wenn man auf das Profilbild eines Accounts klickt. Ebenso wie Stories sind Sie nur 24 Stunden verfügbar, wenn man sie nicht als Video im Feed abspeichert.

Im Gegensatz zu Stories können Ihre Follower Instagram Live Videos öffentlich und in Echtzeit kommentieren. Daher eignet sich das Format perfekt für „Q&A“-Sessions: Ihre

„DIE NUTZER WOLLEN GEFÜHLE UND ECHTE GESCHICHTEN SEHEN. VIDEOMATERIAL BIETET EINE DEUTLICH HÖHERE EMOTIONALITÄT UND AUTHENTIZITÄT ALS GESTELLTE FOTOS.“

schiedlichen Video-Funktionen auf Instagram für Ihr Institut verwenden können. Besonders wichtig ist es, die Unterschiede zu kennen, um für jede Funktion die richtige Ansprache für Ihre Zielgruppe zu wählen.

BEWEGTBILD MIT ENTERTAINMENT-POTENZIAL

Auf der Plattform Instagram hat Bewegtbild seit einigen Jahren eine wichtige Rolle: Instagram Stories bieten die Möglichkeit, kurze Videos mit einer Länge von 15 Sekunden nacheinander zu posten. Nach 24 Stunden verschwinden die einzelnen Sequenzen wieder.

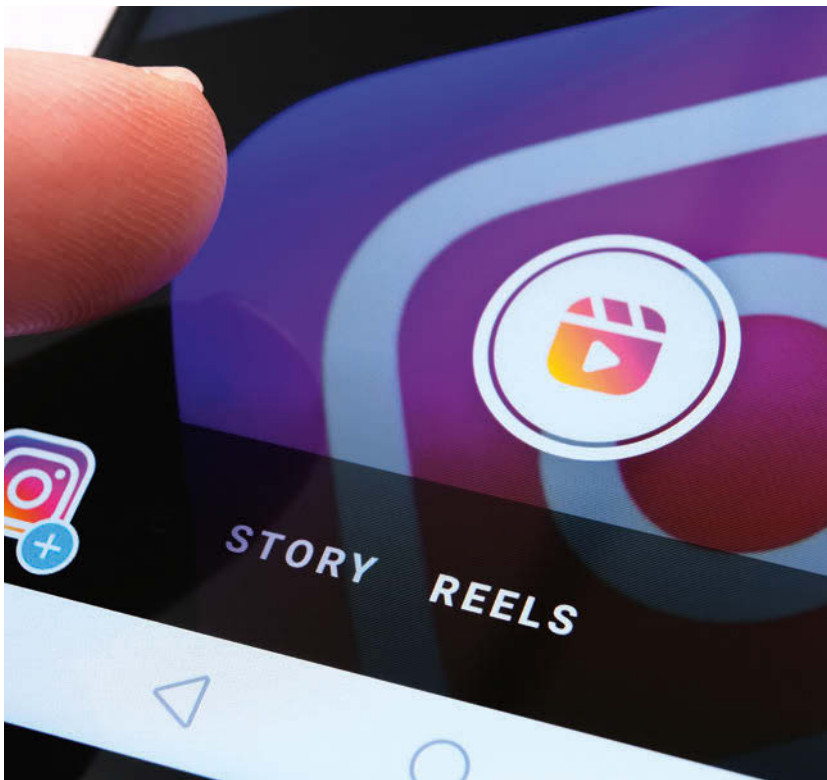
Anders als im Feed Ihres Profils geht es hier um schnelle, authentische Eindrücke mit Spassfaktor. Sie haben die Chance, Ihre Kunden täglich mitzunehmen und die Kundenbindung dank Social Media noch zu verstär-

jeden Freitag den „Fact Friday“ ins Leben rufen. Dann posten Sie freitags immer zur selben Zeit interessante Fakten zu Wirkstoffen oder Behandlungen. Sie bieten Ihren Followern damit einen informativen Mehrwert und können Ihren Status als absolute Expertin betonen.

Sprechen Sie oder eine Ihrer Mitarbeiterinnen direkt in die Kamera, da die Kunden dann das Gefühl haben, direkt von Ihnen beraten zu werden. Diese Videos können Sie in aller Ruhe drehen und dann vorgedreht zur passenden Uhrzeit veröffentlichen. Um Ihre Videos mit Fakten an einem Ort gemeinsam zu präsentieren, bietet es sich an, ein Instagram Story Highlight zu erstellen. Hier speichern Sie alle Story Slides der Serie ab und geben dem Highlight noch ein aussagekräftiges Titelbild. Jetzt hat auch ein potenzieller Neukunde die Chance, die

Follower können Fragen stellen, die Sie live beantworten, oder Sie beantworten gesammelte Fragen. Wichtig ist es, in beiden Fällen live auf Kommentare zu antworten, da genau das den Charme des Formats ausmacht. Neuer als „Instagram Live“ selbst ist die Variante der Instagram Live Rooms. Diese bieten die Möglichkeit mit bis zu drei weiteren Personen live zu gehen. Sie können also mit bis zu drei weiteren Accounts live sprechen. Dabei wird dann das Live-Bild der Accounts in Kacheln angezeigt. Das Prinzip bleibt gleich: Follower können Kommentare schreiben oder Reaktionen senden.

Diese Variante bietet sich zum gemeinsamen Gespräch inklusive Einbindung der Follower der bis zu vier Accounts an. Die Follower der Accounts erhalten die Informationen, dass diese live gehen. Das bietet



Bei Reels handelt es sich um kurze, dynamische Videos mit einer aktuell maximalen Länge von 90 Sekunden.

einen Synergieeffekt und die Möglichkeit, potenziell neue Follower zu erreichen. Nutzen Sie diesen Multiplikator!

FOLLOWER DURCH INSTAGRAM REELS ERREICHEN

„Reels“ sind das neue Trend-Format bei Instagram und schon nach kurzer Zeit nicht mehr wegzudenken. Bei Reels handelt es sich um kurze, dynamische Videos mit einer aktuell maximalen Länge von 90 Sekunden. Jedoch gilt es, hier in jedem Fall in kurzer Zeit auf den Punkt zu kommen oder den Nutzer mit dem Inhalt in den Bann zu ziehen.

Die Aufmerksamkeitsspanne der Nutzer sinkt immer weiter, weswegen es gilt, kurze Inhalte zu produzieren. Schon in den ersten Sekunden muss das Interesse des Nutzers geweckt werden, um diesen zum Weiterschauen zu animieren. Denken Sie an Ihr eigenes Nutzungsverhalten: Welche Inhalte schauen Sie sich an und wann springen Sie ab? Es gilt, plakative Werbebotschaften zu vermeiden und stattdessen Inhalte mit Mehrwert zu produzieren. Unglaubliche oder langweilige Inhalte schaden Ihrem Account. Da es sich bei Reels um ein schnelles Format handelt, sollen Sie die Nutzer nicht

überfordern: Eine Kernaussage pro Video reicht vollkommen. Wenn Sie mehr Inhalte einbringen wollen, machen Sie das in kurzer schriftlicher und prägnanter Form wie mit „5 Tipps gegen trockene Haut“. Weniger ist hier mehr, denn der Follower kann per Kommentar oder DM (= Direct Message) Fragen stellen, wenn dies nötig sein sollte.

Formulieren Sie die Inhalte Ihrer Reels kurz und knackig. Wenn Sie ein Video mit Ton veröffentlichen, achten Sie auf Untertitel. Ansonsten setzen Sie auf Musik mit kurzen, schriftlichen Titeln im Video.

Auch die Bildunterschrift des Reels sollte kurzgehalten werden. Potenzielle neue Follower werden Ihr Reel höchstwahrscheinlich über die Explore-Seite oder über den Reels-Reiter auf Ihren Content stossen. Dann wird diesen Nutzern lediglich die erste Zeile der Bildunterschrift angezeigt. Daher können Sie sich die Mühe für lange Bildunterschriften sparen.

FAZIT

Es würde mich sehr freuen, wenn ich Ihnen mit meinem Beitrag eine Orientierung geben konnte, wie Sie Video-Content nutzen können.

Und machen Sie sich keine Sorgen: Ein Smartphone reicht vollkommen zur Erstellung von Content. Eine hochwertige Kamera wäre ein Zusatz. Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Kreativsein.

Passendes Cover für Reels wählen

Sie sollten das Cover für Ihr Reel immer selbst wählen:

Dabei bestimmen Sie das Bild, das als Cover für das Reel in Ihrem Profil angezeigt wird. Da ein Reel im Hochformat mit den Seitenverhältnis von 9:16 hochgeladen wird, müssen Sie auch den passenden Ausschnitt des Covers wählen. Das Cover wird im Feed schliesslich im 1x1-Format angezeigt. Daher müssen Sie besonders aufmerksam sein, wenn Sie sich für ein Coverbild mit Text entscheiden, damit dieser nicht unschön angeschnitten wird.



Julia Schäffner

Die studierte Marketingmanagerin hat 2010 ihren eigenen Blog gegründet und arbeitet zusätzlich seit 2017 als selbstständige Social-Media-Consultant mit dem Schwerpunkt Content-Strategie.
www.des-belles-choses.com,
www.juliaschaeffner.de

SAVE THE DATE

BEAUTY FORUM MÜNCHEN 1.+2. Oktober 2022

Jetzt Ticket sichern!
www.beauty-fairs.de/muenchen



High Profile Beauty

BEAUTY FORUM MÜNCHEN ist ein Event von

**Health and Beauty
Germany GmbH**

Ein Unternehmen der

**HEALTH
AND
BEAUTY**

Teil der

 **Bologna
Fiere
COSMOPROF**

Kontakt: Tel. +49 (0)7243 72 78-0 – info@health-and-beauty.com – www.beauty-fairs.de/muenchen

DAS INSTAGRAM-1×1

Aus unserer digital geprägten Welt sind soziale Medien nicht mehr wegzudenken. 2021 gab es weltweit 4,2 Milliarden aktive Social-Media-Nutzer – Tendenz: steigend. Wie Sie auf Instagram effizient und effektiv posten, erfahren Sie in diesem Artikel.



Jeder Nutzer hat im Schnitt sechs Profile. Umso wichtiger ist es, diese User auch auf verschiedenen Plattformen zu erreichen. Eine der wichtigsten Social-Media-Plattformen ist Instagram. Diese Video- und Foto-Sharing-Plattform dient in erster Linie als visuelle Suchmaschine: Im Fokus stehen das Darstellen von Leidenschaft und die Suche nach Menschen/Profilen, die diese Leidenschaft teilen.

SO GEHT ERFOLG AUF INSTAGRAM

Vergleicht man erfolgreiche Instagram-Accounts, findet man schnell heraus, weshalb sie so gut ankommen: starkes Branding, Mehrwert, Kreativität, Kontinuität und eine klare Zielgruppe. Aber was genau versteht man unter den gerade genannten Punkten?

- Starkes Branding bedeutet, einen Wiedererkennungswert und einen einheitlichen Auftritt zu schaffen. Am einfachsten kann man dies erreichen, indem man im Vorfeld einheitliche Farben, Formen, Schriften und Bildsprache definiert.
- Unter dem Aspekt des Mehrwerts versteht man, dass jedes Posting eines dieser übergeordneten Kriterien erfüllen sollte, um Accountwachstum und Interaktionen kurz- bis mittelfristig zu steigern: Information, Beratung, Unterhaltung oder Inspiration.
- Ein Posting sollte nie langweilig sein, deshalb ist Kreativität gefragt, denn je! Denn nur wer kreativ ist und sich von der Masse abhebt, kann das Hauptziel Nummer 1 auf Instagram erreichen: mehr Reichweite.
- Das volle Reichweitenpotenzial von Instagram kann man durch Kontinuität beim Posten ausschöpfen – der Algorithmus liebt Kontinuität. Beginnen kann man mit einem Posting pro Woche, sobald man mit der Posting-Planung schneller wird, kann die Posting-Frequenz erhöht werden und beispielsweise für drei oder vier feste Posting-Tage definiert werden.
- Last but not least: eine klare Zielgruppe definieren. Wer alle erreichen möchte, erreicht niemanden. Bei der Definition der Zielgruppe kann es hilfreich sein, sich auf die Kundengruppe zu fokussieren.

Sobald die Punkte der Erfolgskriterien klar definiert sind, ist das Ziel die Reichweitenerhöhung. Hinter diesem Ziel steht das Wachstum der lokalen

Follower, denn durch das Erreichen von Menschen aus der Region ist die Chance erhöht, neue Kundschaft zu generieren. Dazu bietet es sich an, lokale Hashtags (Stadt, Stadtteile, etc.) zu verwenden oder eine Kooperation mit einem anderen lokalen Unternehmen (Bekleidungsgeschäfte, Friseure, etc.) einzugehen.

DAS INSTAGRAM-PROFIL

Der Inhalt Ihrer Beiträge kann noch so gut sein – wenn Ihr Profil nicht ansprechend und professionell auf den Endkonsumenten wirkt, werden Sie weniger Erfolg haben.

Der perfekte Social-Media-Auftritt beginnt nicht erst mit einem Posting: Der erste Schritt ist die Erstellung eines Profils und das Einpflegen einer professionellen, aussagekräftigen Profilbeschreibung, auch Bio genannt. Ausserdem kann es hilfreich sein, das normale Profil auf ein Business-Profil umzustellen.

In der Bio sollten möglichst die wichtigsten Informationen kurz abgebildet werden (ansprechendes Profilbild, Kategorie, Zertifizierung, Leistungsbeschreibung in Stichpunkten und passende Emojis sowie die Adresse und der unerlässliche Verweis aufs Impressum – Business-Profil unterliegen einer Impressumspflicht).

Die Vorteile eines Business-Profiles sind zum einen die höhere Sichtbarkeit bei der Suche, Einblicke und Statistiken zur Zielgruppe. Die Möglichkeit des Schaltens von Werbung und organische Beiträge müssen nicht als Werbung gekennzeichnet werden. Diese Umstellung bietet aber nicht nur für Sie als Institut Vorteile, sondern auch für Ihre Follower. Für diese ergibt sich durch die Umstellung die Möglichkeit, von In-App-Einkäufen und die Möglichkeit, über E-Mail, Telefon oder Navigator mit Ihnen in Kontakt zu treten.

Was macht ein gutes Posting aus?

Idealerweise behandelt es ein zielgruppenrelevantes Thema, besitzt ein ansprechendes Layout, hat einen Emotionen auslösenden Posting-Text und legt den Fokus auf die Interaktion mit der Community.

Dos und Don'ts des Postens

Ist die Bio gepflegt, kann mit dem Posten begonnen werden. Instagram bietet wie oben beschrieben verschiedene Möglichkeiten, Inhalte zu teilen und dadurch Reichweite und auch Kundschaft zu generieren. Der erste Schritt ist daher zu überlegen, in welchem Format man posten möchte. Für den optimalen Erfolg eines Postings ist es hilfreich, einige der nachfolgenden Dinge zu beachten:

1. Themen über mehrere Posts sinnvoll aufbereiten
2. Auf bestimmte Themen (zum Beispiel Behandlungen und Produkte) fokussieren
3. Bild- und Videomaterial in hoher Qualität nutzen
4. Die Zielgruppe in das Zentrum der Postings stellen, um einen Mehrwert zu liefern
5. Ausserdem ist es wichtig, auf bestimmte Dinge beim Posten besser zu verzichten, zum Beispiel:
6. In Postings von einem Thema zum nächsten springen
7. Sich auf kurzweilige Promotions und saisonale Aktionen konzentrieren
8. Zusätzliche Filter, Logos oder grafische Elemente einbauen
9. Screenshots posten
10. Sich in den Postings auf den Abverkauf konzentrieren

DAS PASSENDE FORMAT FÜR JEDEN INHALT

Instagram bietet verschiedene Posting-Formate. Aber welches Format wird für welches Ziel verwendet?

Ein Feed-Beitrag trägt massgeblich zur Aussenwahrnehmung des Profils bei und dient zur Darstellung der wichtigsten und bedeutsamsten Informationen. Er sollte wöchentlich gepostet werden. Stories beinhalten zusätzliche, kurze Informationen, die den Feed-Beitrag begleiten und unterstützen. Sie dienen als Eye-Catcher, um Neugier und Interesse zu wecken, sind jeweils für 24 Stunden online und sollten täglich gepostet werden.

Reels sind ein entertainendes Format, bei dem Ästhetik und Themenrelevanz

im Fokus stehen. Dieses Format bietet sich wöchentlich an und ist besonders geeignet für Trendthemen oder Tipps und Tricks. Für Video-Beiträge generell gelten die folgenden Empfehlungen für einen professionellen und interessanten Outcome für die User:

- Vor einem ruhigen, natürlichen und interessanten Hintergrund filmen
- Keine Hintergrundgeräusche
- Deutlich und gemässigt sprechen, darauf achten, dass man gut zu hören ist
- Nicht werblich, sondern informativ und unterhaltend (Edutainment)
- Im Hochformat (9:16) drehen, sich selbst mittig platzieren und auch dort bleiben
- Das Video sollte One-Shot sein und ca. zwei Minuten dauern

HOW TO #HASHTAG

Kein Posting ohne Hashtag. Aber was sind Hashtags eigentlich, und wie nutzt man sie am effizientesten?

Hashtags (#) stellen einen Weg für die Nutzer dar, auf organische Weise auf Inhalte von Marken zu stossen, die sie interessieren könnten. Da neue Follower über Hashtags auf Ihr Profil aufmerksam werden können, sind sie aus einem vollständigen Posting nicht wegzudenken. Hashtags sollten immer unter dem Posting-Text oder in der Kommentarspalte platziert werden. Für jedes Posting müssen etwa 80 Prozent der Hashtags individuell zum Thema ausgewählt werden. Sie sollten in erster Linie zielgruppenrelevant und auf das Thema abgestimmt sein. Ausserdem sollten sie regional, spezifisch, reichweitenstark (<5.000 Beiträge) und zu 90 Prozent deutsch sein. Die Anzahl sollte auf 15 bis 20 Hashtags begrenzt werden.

Ausserdem sollte auf generische Hashtags wie #instadaily oder #follow4follow verzichtet werden.

Wenn Sie diese Tipps und Tricks verinnerlichen, steht dem perfekten Social-Media-Auftritt nichts mehr im Weg, und Sie können mit dem Posting beginnen #letsgo!

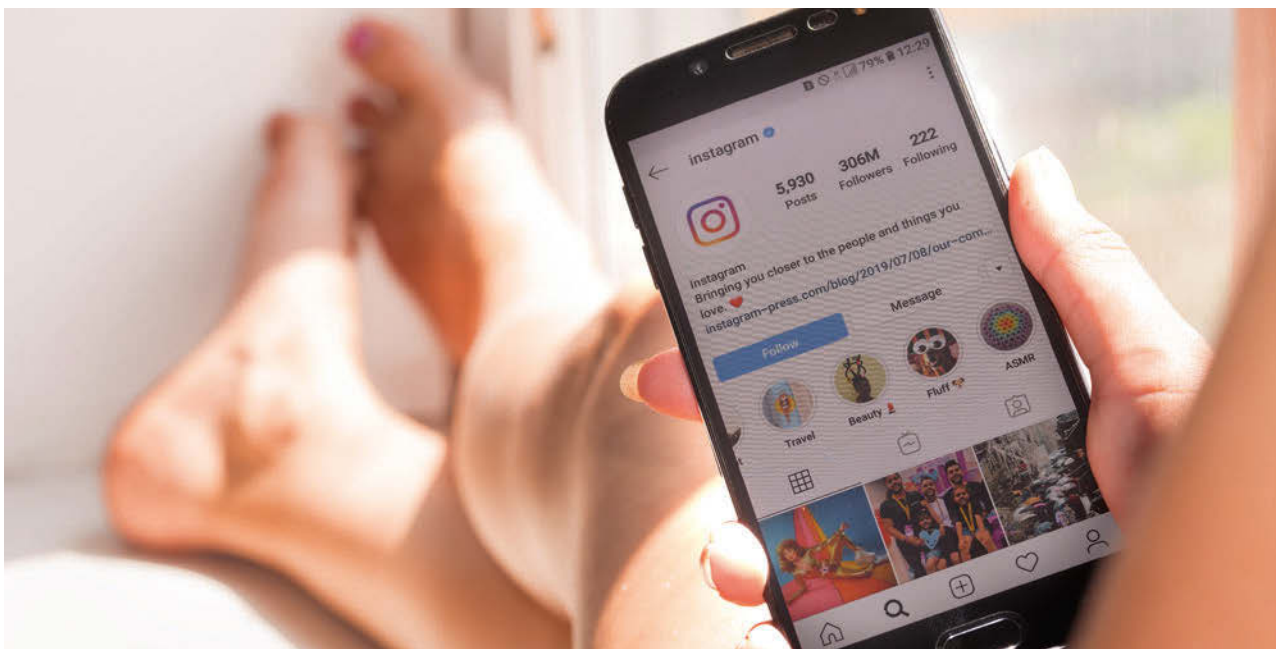


Anna Lena Fricke

Die Autorin ist Junior Social Media Managerin beim Kosmetikunternehmen Babor.

ORGANISCH WACHSEN

Eine grosse Reichweite und mehr Follower – das sind Versprechen, die Social-Media-Experten nur zu oft in ihren Tipps geben. Aber ist eine möglichst hohe Followerzahl wirklich notwendig, um auf Instagram sichtbar zu werden? Lesen Sie, wie Sie Ihr Profil und Ihre Social-Media-Massnahmen natürlich und gewinnbringend optimieren.



Social Media nehmen in den letzten Jahren einen immer grösseren Platz in unserem Leben ein. Neben Facebook hat sich hier vor allem Instagram als Online-Netzwerk etabliert. Unternehmen setzen vermehrt auf die sozialen Kanäle, nicht nur, um sich zu präsentieren, sondern vor allem, um neue Zielgruppen anzusprechen und um noch aktiver und direkt mit Kunden und Interessenten in Kontakt zu treten. Gerade für Neu- und Kleinunternehmer bieten die sozialen Medien eine einfache Möglichkeit, sich und die eigenen Dienstleistungen

ohne grossen Aufwand einer breiten Zielgruppe zugänglich zu machen.

FRAGEN ÜBER FRAGEN

Fragen, die sich beim Aufbau eines Social-Media-Kanals jeder einmal stellt, sind:

- Wie präsentiere ich mich richtig?
- Was, wann und wie soll ich posten?
- Wie bekomme ich mehr Reichweite und viele neue Follower?

Vor allem die Followeranzahl, aber auch die Anzahl an Likes und/oder Kommentaren ist für viele noch immer der Gradmesser für einen erfolgreichen Instagram-Auftritt. Aber ist

das tatsächlich so relevant, um sich als Unternehmen erfolgreich zu positionieren? Befreien Sie sich von dem Gedanken, dass Sie eine grosse Anzahl an Followern benötigen, um sich und Ihr Unternehmen erfolgreich in den sozialen Medien präsentieren zu können. Viel wichtiger ist eine Community, die Sie, Ihre authentische Präsentation sowie Ihre Themen interessant findet.

Denn was nützt Ihnen eine grosse Followerschaft, die kein Interesse an Ihren Postings und Ihren Dienstleistungen zeigt? So gesehen, ist eine kleine, regionale Followeranzahl, die

ehrliches Interesse an Ihnen und Ihrem Content hat, für Sie und Ihr Geschäft viel wertvoller, als zigtausend internationale Follower, die Ihnen einfach nur folgen, aber kein Interesse haben, in Ihrem Institut vorbeizuschauen.

Auch mit einer vergleichsweise kleinen Followeranzahl oder wenn Sie einen neuen Account starten, können Sie für eine grössere Reichweite sorgen. Wichtig ist, konsequent und konstant aktiv am eigenen Social-Media-Auftritt zu arbeiten. Dann wird sich nicht nur Ihre Reichweite, sondern mit der Zeit auch automatisch und natürlich die Anzahl Ihrer Follower erhöhen. Im Folgenden haben wir Ihnen einige Massnahmen und Tipps zusammengetragen.

IHRE BIOGRAFIE

Wählen Sie Ihren „Benutzernamen“ und Ihren „Namen“ passend zu Ihrem Unternehmen. Der Benutzernamen ist der, über den Sie via Instagram auffindbar sind. Ihr Name wird in der Bio (im Steckbrief) auf Ihrem Profil angezeigt. Ihr Profilbild ist Ihre Visitenkarte. Verwenden Sie deshalb auf all Ihren Kanälen dasselbe Bild und wechseln Sie es nicht zu oft.

Sie selbst sind das Gesicht Ihres Unternehmens. Wählen Sie nach Möglichkeit ein persönliches Bild. Es wirkt sympathischer und verleitet Perso-

nen, so eher auf Ihren Account zu klicken als ein Firmenlogo. Teilen Sie in Ihrem Steckbrief (Ihrer Bio) in Kürze die wichtigsten Informationen zu Ihnen und Ihrem Unternehmen. Verwenden Sie dabei auch Schlagwörter, die für Sie und Ihr Unternehmen sprechen, zum Beispiel Beauty und Kosmetik. Auch das erhöht Ihre Sichtbarkeit. Sie haben auf Instagram und Facebook auch die Möglichkeit, einen Link zu Ihrer Website zu setzen. Sollten Sie mehrere Links besitzen, die Sie gerne teilen wollen, können Sie hierfür zum Beispiel Apps wie Linktree oder Milkshake nutzen.

FEED- & STORY-HIGHLIGHTS

Achten Sie auf einen einheitlichen Feed. Gerade auf Instagram ist der erste visuelle Eindruck ausschlaggebend. Nutzen Sie hierfür stets ähnliche Bildbearbeitungs-Tools und -filter, um einen stimmigen Feed zu kreieren. Bei beispielsweise Vorher-Nachher-Bildern empfehlen wir ein Bildkarussell (Swipe-Bilder) mit einem ansprechenden ersten Foto im Feed. Stories sind mittlerweile ein fixer Bestandteil von Instagram und Facebook geworden. Sie verschwinden jedoch bereits nach 24 Stunden wieder. Ältere Stories finden Sie in Ihrem Story-Archiv. Indem Sie Stories in einer Highlight-Story zusammenfassen, können Sie bestimmte Themen und Angebote zu Ihrem Institut informativ hervorheben und diese Stories dauerhaft sichtbar machen.

IHR WEG ZU MEHR REICHWEITE

„Ohne Vertrauen kein Erfolg.“ Wie im echten Leben, ist es auch in den sozialen Medien notwendig, Vertrauen aufzubauen, um langfristig erfolgreich zu sein. Das funktioniert, indem Sie regelmässig Content liefern, mit der eigenen Community interagieren und kommunizieren.

Verteilen Sie ehrliche Komplimente an anderer Accounts Ihrer Sparte sowie an Ihre eigene Community. Teilen Sie Umfragen und Abstimmungen in Ihrer Story, sodass die Community interaktiv mitmachen kann. Bedanken Sie sich vielleicht sogar per Privatnachricht für ein neues Follow, um

direkt ins Gespräch zu kommen. Beantworten Sie die Kommentare unter Ihren Postings und liken und kommentieren Sie auch bei diesen Personen/Accounts zurück. So entsteht nicht nur Interaktion, sondern auch ein schöner Support untereinander.

INTERAKTION & SICHTBARKEIT

Beim Aufbau eines neuen Accounts empfiehlt es sich, häufiger (täglich) zu posten. Generell gelten drei bis fünf Beiträge in der Woche als gute Frequenz. Neben der Anzahl der Postings ist auch die Uhrzeit ausschlaggebend für die Reichweite. Posten Sie zu der Zeit, zu der Ihre Community am aktivsten ist. Mithilfe der Instagram Insights lässt sich das leicht herausfinden. Verwenden Sie auch regelmässig alle Features, die Ihnen Instagram bietet. Neben Foto-Postings ist Video-Content (Reels, Livefunktion) aktuell am reichweitenstärksten.

Sichtbarkeit und Reichweite erhöhen Sie vor allem auch mit der Wahl der richtigen Hashtags für Ihr Institut. Verwenden Sie dabei grosse und kleine Hashtags, die zu Ihnen und Ihrem Thema passen. Probieren Sie sich einfach aus und prüfen Sie deren Erfolg mithilfe Ihrer Insights.

DON'T POST AND GHOST

Ein grosser Fehler ist es, nur zu posten und dann nicht mit der eigenen Community zu interagieren. Sie können Ihre Reichweite massiv erhöhen, wenn Sie sofort mit Ihrer Community und deren Postings interagieren. Zusammenfassend können wir aus eigener Erfahrung sagen, dass diese wenigen Tipps schon einen grossen Unterschied machen können.

Viel Freude beim Ausprobieren.



**Gernot Radosits
und Seref Ünal**

Die Autoren sind selbstständig im Skincare- und Beauty-Bereich. Als Trainer unterstützen sie Selbstständige und Quereinsteiger auch beim digitalen Geschäftsaufbau via Social Media. Instagram: @gernot_und_seref

So erhöhen Sie Ihre Reichweite

- Direkt nach dem Posten für mindestens 30 Minuten auf Instagram mit den Postings Ihrer Follower interagieren (liken und kommentieren).
- Mit aktuellen Postings von Accounts, die in den Hashtags auftauchen, die Sie verwenden, interagieren.
- Alle Kommentare, die unter Ihrem Posting erscheinen, sofort beantworten.





ANZEIGE





Goldener HERBST

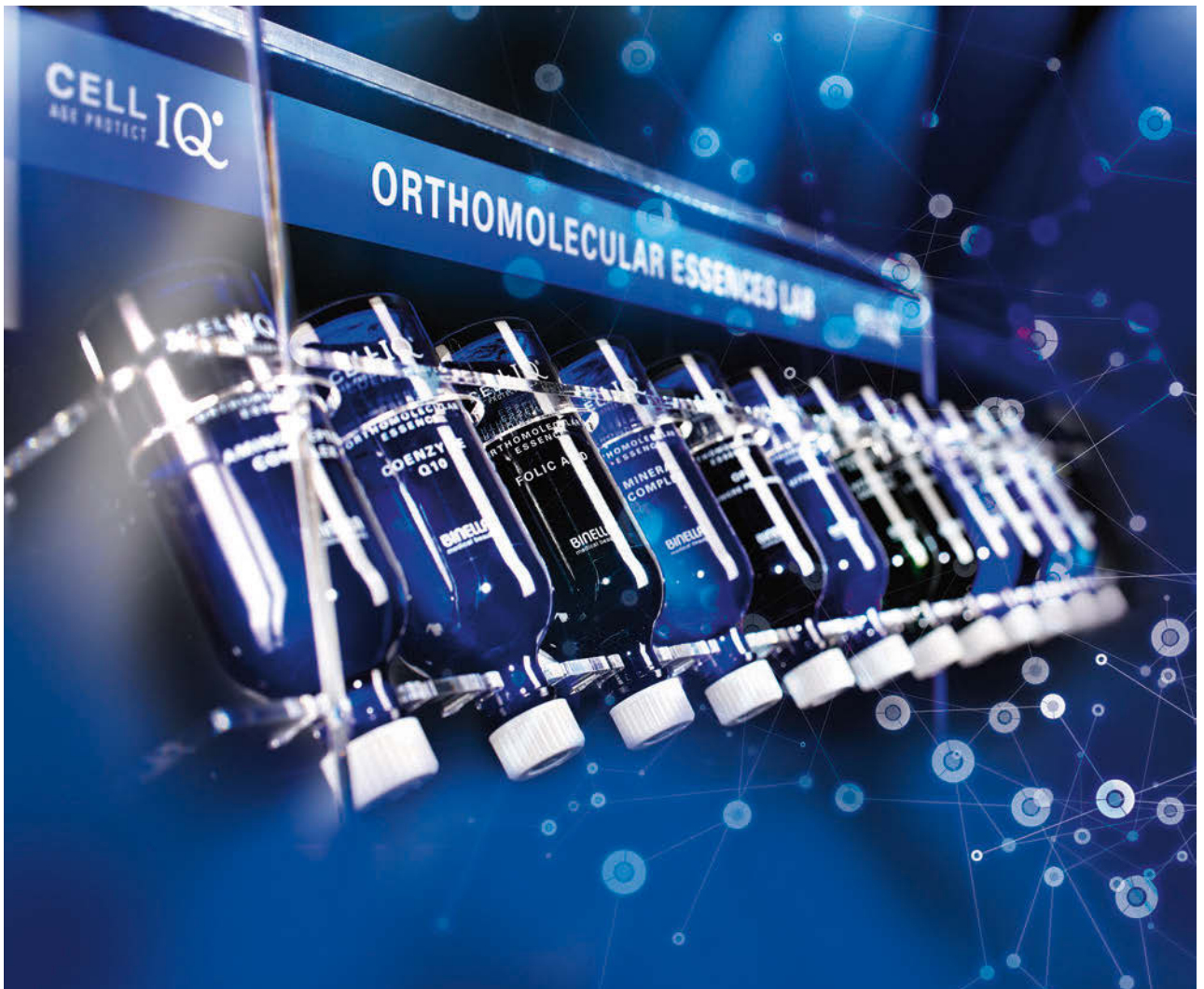
Spezialisierung – So heisst das Zauberwort für mehr Umsatz im Institut. Das funktioniert unter anderem mit saisonalen Produkten! Auf den nächsten Seiten finden Sie eine Auswahl von Lieferanten, die alle unterschiedliche herbstliche Produkte im Angebot haben.

Werden Sie so zum Herbsthaut-Profi!

Anbieter	Seite
Binella of Switzerland	38
CNC Skincare.....	39
Lydia DaiNOW.....	40
Meerwasser Kosmetik Franziska Teebken	41

Ihr Anti-Aging-Labor

Individuelle Rezepturen, Institutsexklusiv bei Ihnen



UNSERE TOP-PRODUKTE

- Mit dem Cell IQ Essenzen-Labor erstellen Sie Individualkosmetik mit der denkbar höchsten Kundenbindung für Ihr Institut.
- Über 40'000 Kombinationsmöglichkeiten aus 24 Essenzen.
- Immer der richtige Nährstoff in der richtigen Kombination zur richtigen Zeit – Kreiert von Ihnen exklusiv und personalisiert für Ihre Kunden.
- Nicht im Onlinehandel erhältlich.
- Erfolgreich „ANDERS“ sein – grenzen Sie sich als Orthomolecular-Cosmetologe/in deutlich von Ihren Mitbewerbern ab.

BINELLA
OF SWITZERLAND

Binella of Switzerland AG

CH-6000 Luzern
Tel. 0 76 400 82 57
info@binella.com
www.binella.com



Fruchtige Allrounder

fruit appeel PROFESSIONAL von CNC cosmetic®

cNc
SKINCARE

fruit appeel
PROFESSIONAL

fruit appeel
PROFESSIONAL
Dermazeutische
Fruchtsäure

dermazeutische Fruchtsäure
bis 60 %

Fruchtsäureausbildung GRATIS*

*Gruppenausbildung gratis bei Abnahme des fruit appeel PROFESSIONAL Profipaketes. Gilt nicht für die Einzelausbildung.

UNSER TOP-PRODUKT

Bei fruit appeel PROFESSIONAL sorgen speziell aufeinander abgestimmte, professionelle Kabinenprodukte und effektive Heimpflegeprodukte für eine nachhaltige Hautverbesserung. Eine Kombination aus verschiedenen dermazeutischen Fruchtsäuren mit unterschiedlichen prozentualen Anteilen, ergänzt durch potente Wirkstoffe, gewährleistet fundierte Behandlungserfolge für nahezu jeden Hautzustand. Fältchen, Narben, Pigmentverfärbungen und unreine Haut werden verbessert. Die Haut erscheint jünger und strahlender.



CNC Skincare GmbH

Aeschengraben 13
CH-4051 Basel
Tel. 0 61 271 60 60
www.cnc-cosmetic.ch

Sonnenschutz-Spray

Ohne Reue die letzten Sonnentage geniessen



UNSER TOP-PRODUKT

Der Herbst lässt einen vergessen, dass die Sonne immer noch viel Kraft hat. Zuviel davon bringt die Haut aus dem Gleichgewicht, deshalb ist es wichtig, die Haut auch im Herbst zu schützen.

Daïsun Sun Spray SPF 25 bietet optimalen Schutz und pflegt die Haut. Das leichte Spray eignet sich auch sehr gut für die Kopfhaut, insbesondere bei Halbglatzen oder schütterem Haar.

Von Daïsun gibt es auch Sun Lotion SPF 30, Anti-Aging Fluid SPF 50 und eine pflegende After Sun Lotion.



**Lydia Daïnow Suisse
Cosmetic GmbH**

Hauptstrasse 15, 5027 Herznach
Tel. 062 878 31 41
info@lydiadainow.com
www.lydiadainow.ch

Herbstzeit

Für intensive Hautpflege



UNSER TOP-PRODUKT

Speziell MEERWASSER HALS- & DÉCOLLETÉCREME empfehlen wir im Herbst: mit einem „Halswickel“ gleicht sie die Knitterfältchen des Sonnengenusses aus und besonders bei Schal- und Rollkragen-Trägerinnen schützt sie die empfindliche Haut des Halses und Décolletés. Mit dem leichten Einstreichen wird zudem der Lymphfluss unterstützt und ein strafferes Kinn massiert. Weitere Informationen finden Sie unter: www.meerwasser-kosmetik.ch



**MEERWASSER KOSMETIK
FRANZISKA TEEBKEN®**

**Meerwasser Kosmetik
Franziska Teebken GmbH**

Kirschstr. 20, DE-80999 München
Tel. +49 (0)89 81 29 034
info@meerwasser.de
www.meerwasser-kosmetik.ch



Maura Leonardo (links) zog im Jahr 2021 in die neuen Räumlichkeiten ihres Studios. Nur wenige Monate später brauchte sie Unterstützung: Ihre Mitarbeiterin Nikoleta Pirschelova stieg mit 100 Prozent bei ihr ein.

INSTITUT DES MONATS

NATUR PUR

MAURA LEONARDO KOSMETIK

Maura Leonardo machte sich zwei Wochen vor dem Lockdown im Jahr 2020 selbstständig. Der Rückschlag konnte ihr nichts anhaben, sie ist seitdem in grössere Räumlichkeiten gezogen und hat eine Mitarbeiterin in Vollzeit. Im Folgenden lesen Sie die persönliche Geschichte der Naturkosmetikerin.

FOTOS: BEAUTY FORUM/JAQUELINE KRAMER

Versteckt zwischen Wohnhäusern in Zürich Altstetten, eröffnet sich Beauty-Begeisterten die Welt der veganen Naturkosmetik im Studio „Maura Leonardo Kosmetik“.

Ein Tontopf mit frischer Pfefferminze schmückt den Eingang des kleinen, aber feinen Naturkosmetikstudios. Natürliche Materialien in Form eines hellbraunen Holzbodens und Naturseile als Raumtrenner und Regalaufhängung sowie ein harmonisches Farbkonzept unterstreichen die Philosophie von Maura Leonardo: Ihr Beauty-Studio ist eine Wellnessoase, in der sich ihre Kundinnen in entspannter Atmosphäre wohlfühlen und sich und der Umwelt mit natürlichen und veganen Produkten etwas Gutes tun können.

VON MAILAND NACH ZÜRICH

Die gebürtige Tessinerin absolvierte im Jahr 2009 ihre Ausbildung zur Kosmetikerin EFZ. Da sie es liebt, kreativ zu sein, besuchte sie danach eine Schule für Make-up-Artistry in Mailand. „Insbesondere extremere Make-ups haben mich fasziniert und mir Spass gemacht“, erinnert sich Maura Leonardo. „Bald darauf habe ich für mich festgestellt, dass das Schminken zwar eine grosse Leidenschaft von mir ist, aber dass die Kosmetik der Bereich ist, in dem ich mich beruflich verwirklichen möchte.“



Ein externer Make-up-Artist bereitet Bräute regelmässig in der Schminkecke auf ihren grossen Tag vor.

Die junge Kosmetikerin beschloss daraufhin, den Schritt vom Tessin in die Deutschschweiz zu machen. Nach den ersten Jahren der Berufserfahrung als Angestellte, machte sie sich mit einer kleinen Kabine in einem Friseursalon selbstständig. „Für mich war das der richtige Weg, um meine Selbstständigkeit langsam aufzubauen und mit meinen Aufgaben hineinzuwachsen“, erklärt die sympathische Vegetarierin.

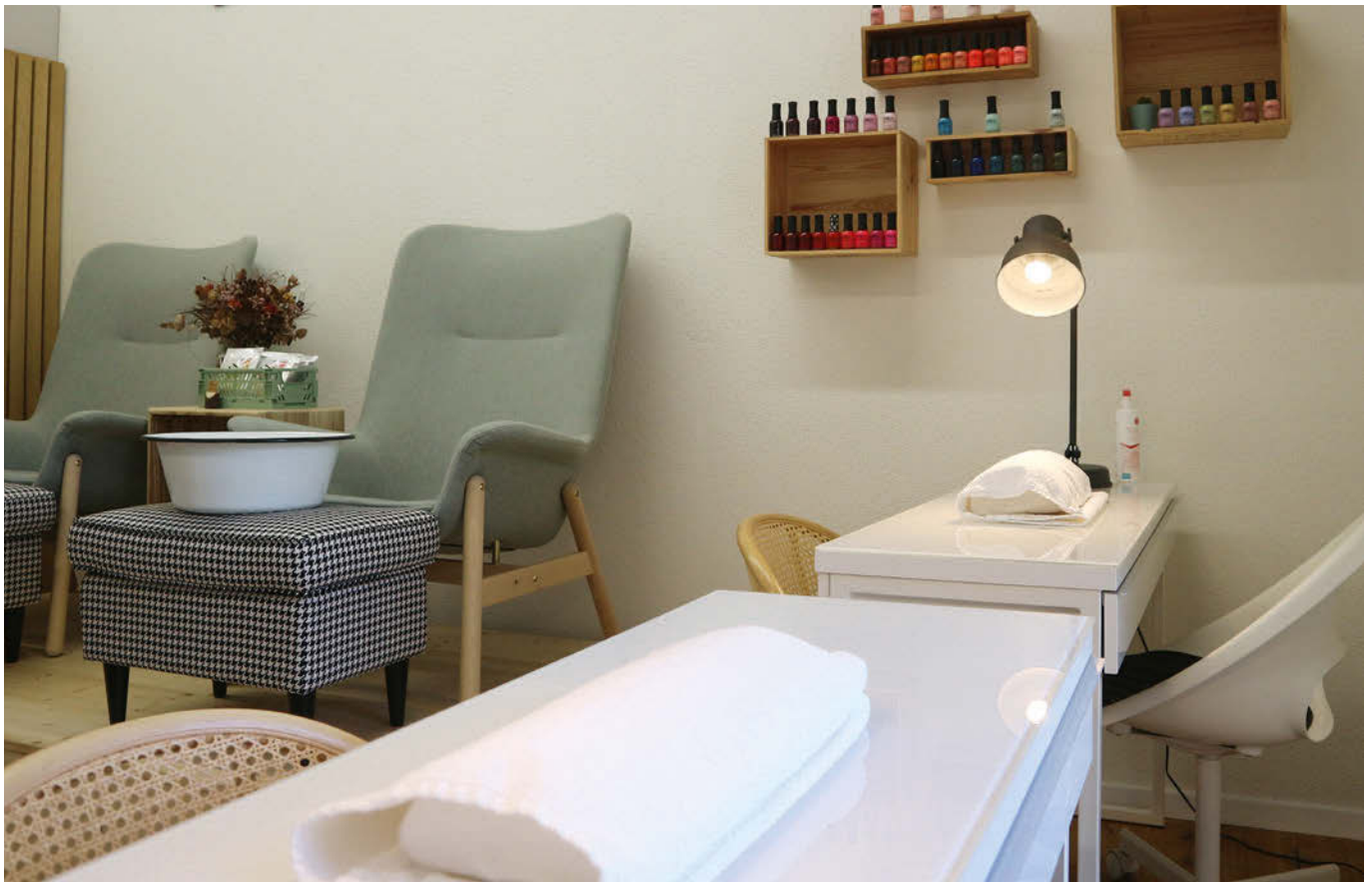
Nach den ersten Monaten der Pandemie wuchs die Kundschaft der Naturkosmetikerin stetig, sodass sie sich bald entschloss, in ein eigenes Beauty-Studio umzuziehen. Gesagt, getan: Im August vergangenen Jahres öffnete Maura Leonardo Kosmetik ihre Pforten in Zürich Altstetten. Das gemütliche Beauty-Studio mit den grossen Fenstern fand regen Anklang, denn schon nach kurzer Zeit merkte die Inhaberin, dass sie Unter-



Selbst gebaute Holzregale verleihen dem Empfangsraum eine persönliche Note.



Die Pediküre ist Maura Leonardos Lieblingsbehandlung, denn der Vorher-Nachher-Effekt ist für die Kosmetikerin unschlagbar.



Zwei Maniküre- und zwei Pedikürestationen bilden den Mittelpunkt des gemütlichen Beauty-Studios.

stützung brauchte. „Im April 2022 kam Nikoleta Pirschelova in Vollzeit noch dazu“, lächelt Maura Leonardo. Die beiden Kosmetikerinnen waren bereits Kolleginnen in der Vergangenheit und haben sich nun wieder zusammengetan.

HARMONISCHES KONZEPT

Maura Leonardo legt grossen Wert auf die Qualität ihrer Produkte: „Ich arbeite nur mit Marken zusammen, deren Philosophie ich schätze und deren Produkte grösstenteils aus veganen und natürlichen Inhaltsstoffen bestehen“, erklärt die Unternehmerin. „Lediglich beim Nagellack ist es noch nicht möglich, gänzlich auf chemische Inhaltsstoffe zu verzichten, da der Lack sonst nicht lange hält.“ Passend zu diesem Konzept, ist auch die Einrichtung in natürlichen Tönen gehalten. „Ich mag es gerne persönlich, deshalb habe ich das Design der Räumlichkeiten selbst entworfen. Mein Vater hat mir dann sogar die Garderobe

sowie die schwebenden Regalbretter aus Holz selbst gebaut“, erzählt Maura Leonardo.

Doch auch hinter den Kulissen spielt Nachhaltigkeit für Maura Leonardo eine

ne Gesichtsbehandlungen, Waxing und Sugaring sowie Pediküre und Maniküre. Der einzige Apparat, der bei Maura Leonardo aktuell zum Einsatz kommt, ist ihr Mikrodermabrasionsgerät. „Wir ar-

„ ICH WAR SCHION IMMER SEHR KREATIV. AUS DIESEM GRUND LIEBE ICH DIE KOSMETIK, DENN SIE ERLAUBT MIR, KREATIV ZU SEIN, UND IST DAZU ABWECHSLUNGSREICH.

grosse Rolle. „Ich verwende in meinem Studio ausschliesslich biologisch abbaubares Wasch- und Putzmittel, das die Umwelt nicht belastet“, betont sie. In dem 75 Quadratmeter grossen Beauty-Studio kann sich die Kundschaft von Kopf bis Fuss pflegen lassen, denn zum Angebotsrepertoire gehören verschiede-

beiten hauptsächlich mit den Händen. So spüre ich auch genau, wie es den Kunden geht. Ein Erlebnis, dass ich nie vergessen werde: Bei einer Gesichtsmassage begann eine Kundin einmal an zu weinen. Sie sagte, sie sei schon so lange nicht mehr so entspannt gewesen. Dieser Moment hat mich sehr berührt und

zeigt mir, wie wichtig Körperkontakt und Wellness für das Wohlbefinden sind.“

SPEZIELLE ANGEBOTE

Die Kundenstruktur ist bunt gemischt: Männer und Frauen im Alter zwischen 30 und 60 Jahren besuchen das Beauty-Studio und: Auch Kinder sind willkommen! „Da in der unmittelbaren Nähe viele Familien leben, habe ich auch Angebote für Kinder wie ein Sprudelfussbad oder eine Maniküre“, sagt die Kosmetikerin EFZ. Die Nagellacke für Kinder sind allesamt auf natürlicher Basis und lassen sich mit Wasser wieder entfernen. Für die Pediküre stellen Maura Leonardo und Nikoleta Pirschelova kleine, duftende „Badebomben“ selbst her, immer abgestimmt auf die jeweilige Saison. Diese sind so beliebt, dass Kunden sie auch schon separat kaufen wollten.

EMPFEHLUNG IST DAS BESTE MARKETING

Etabliert hat sich Maura Leonardo mit ihrem Naturkosmetikstudio im Nu. Auf die Frage, wie viele Marketing-

massnahmen sie dafür ergreift, zuckt die Rothaarige gelassen mit den Schultern: „Um ehrlich zu sein, mache ich nicht viel Werbung. Neben meiner Webseite habe ich Instagram und Facebook, um Präsenz zu zeigen. Ansonsten habe ich noch eine Aktion, die sich ‚Sharing is Caring‘ nennt. Hier können Kunden neue Kunden werben und erhalten pro Neukunden 10 Prozent Rabatt“, erklärt Maura Leonardo. „Das kommt gut an, denn persönlichen Empfehlungen vertrauen wir schliesslich am meisten!“

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 zwei Behandlungskabinen sind schlicht eingerichtet und greifen Holz als Designelement bei den Liegen und den Accessoires auf.



FAKTEN

Eröffnet: 1. März 2020

Inhaberin:
Maura Leonardo

Ausbildung:
Kosmetikerin EFZ

Behandlungsschwerpunkte:
Vegane Naturkosmetik,
Mikrodermabrasion

Mitarbeiter:
1 Kosmetikerin in Vollzeit

Lieblingsbehandlung:
Pediküre

Räumlichkeiten:
circa 75 m²,
2 Kabinen,
1 Empfangsraum
1 Make-up-Station,
2 Maniküre- und
2 Pedikürestationen

Marken:
Artepil, Augenmanufaktur,
EthicalBio, Orly, Peclavus,
petite manicurist, Süda Care

Geräte:
Mikrodermabrasion

**Kosten für Grundausstattung
und Einrichtung:**
circa CHF 20'000

Kunden im Monat:
circa 400

KONTAKT

Maura Leonardo Kosmetik

Rautistrasse 61, 8047 Zürich
www.mlkosmetik.ch
Instagram und Facebook:
[@maura_leonardo_kosmetik](https://www.instagram.com/maura_leonardo_kosmetik)

Social Media

WAS GEHT AUF UNSEREN KANÄLEN?

JA, LIKE MICH DOCH!



BEAUTY_FORUM_CH

UMFRAGE

Auf INSTAGRAM zum Dossier: Keep Smiling – Treatments für die Lippen

20%

der Kosmetikerinnen bieten spezielle Lip-Treatments an.

54%

finden, dass die Lippen wieder mehr in den Fokus rücken.

67%

sagen, dass sich die Kundinnen vollere Lippen wünschen.



SPRUCH DES MONATS

„FACIALS. DENN FILTER FOLGEN DIR IM ECHTEN LEBEN NICHT!“

FOLLOW US

2.533



BEAUTY FORUM SCHWEIZ

Kommentiert unter diesem Bild



FACEBOOK: Was bedeutet Schönheit für euch?



BEAUTY_FORUM_CH

Neue Trends

Sinnlich volle Lippen

INSTAGRAM: Von Kylie Jenner bis Kim Kardashian – die Stars machen es vor: Volle Lippen sind der aktuelle Beauty-Trend. Mit Hyaluronsäure-Filler oder einer Unterspritzung mit Eigenfett ist der Traum nur eine Spritze weit entfernt.



Aber es muss nicht gleich unter die Haut gehen: Auch durch pflegende Treatments lässt sich die Mundpartie jugendlicher gestalten. Denn ein voller, sinnlicher Mund macht jung! Wie ihr eure Kundin dabei unterstützen könnt, lest ihr im Dossier „Keep Smiling“ in der BEAUTY FORUM Edition Swiss 7+8/2022.

WIR MACHEN UNS FÜR SIE STARK!

WERDEN SIE MITGLIED



Schweizer
Fachverband
für Kosmetik



Ihr Beruf unsere Kompetenz!

**WIR VERTRETEN IHRE
INTERESSEN**



Adobe Stock©Photocreo Bednarek

**SPECIALS FÜR
MITGLIEDER**



Adobe Stock©Vjom / © djvstock

**GRUNDBILDUNG
KOSMETIKERIN EFZ**



Adobe Stock©Studio Romantic

**WEITERFÜHRENDE LEHRGÄNGE
AUF EIDGENÖSSISCHER EBENE**



Adobe Stock©oatwa

WAS GIBT ES NEUES ...

”

3 Fragen an...

IRIS KUCHLER, NEUE PRÄSIDENTIN DES BERUFS-
VERBANDS SWISSNAILDESIGN.CH

BEAUTY FORUM: Frau Kuchler, auf welche Aufgaben freuen Sie sich besonders als neue Präsidentin des Berufsverbands Swissnaildesign.ch?



Als Präsidentin wird es unter anderem meine Aufgabe sein, den Berufsverband nach aussen, zu vertreten. Auf die Gespräche mit anderen Organisationen, Behörden und Ausstehenden freue ich mich besonders, da ein Austausch immer einen Mehrwert hervorbringt. Auch das Managen des Vorstands, der jahrelang von der ehemaligen Präsi-

dentin und dem verbleibenden Vorstandsmitglied hervorragend geführt wurde, ist eine besondere und ehrenhafte Aufgabe für mich. Unser Vorstand besteht aus Mitgliedern aller Sektionen der Branche und harmonisiert ausgezeichnet. Dank diesem starken Team kann ich meine zukünftigen Aufgaben mit Freude anpacken.

Vor welchen Herausforderungen steht die Schweizer Nail-Branche Ihrer Meinung nach gerade?

Die Herausforderungen passen sich der Zeit an, dies gilt in jeder Branche in der Wirtschaft. Daher haben wir aktuell die gleichen Herausforderungen wie jede andere Branche auch. Dumpingpreise in Studios, höhere Einkaufspreise, steigende Unterhaltskosten und Lieferverzögerungen sind auch bei uns Realität. Mit Blick auf die weltpolitische Situation werden wir weiterhin flexibel auf neue Herausforderungen reagieren müssen.

Und welche Projekte und Ziele werden Sie mit dem Verband in Zukunft verfolgen?

Die Projekte, die wir in Zukunft umsetzen werden, sind den Bedürfnissen der Branche angepasst. Grundsätzlich soll jedes Projekt einen Mehrwert für die Branche und unsere Mitglieder erreichen. Ziel des Berufsverbands ist es, in der Branche noch mehr zusammenzuwachsen, um auf politischer sowie sozialer Ebene den Berufsstand zu fördern und an Anerkennung zu gewinnen.

Das Interview führte Jaqueline Kramer.



Die QV-Feier des SFK fand endlich wieder persönlich statt – mit Livemusik und feinem Apéro.

Herzlichen Glückwunsch!

Nach zwei Jahren war es nun so weit: Der Schweizer Fachverband für Kosmetik (SFK) durfte nun endlich wieder zur QV-Feier vor Ort und in einem würdigen Rahmen einladen.

In der Berufsschule Baden trafen zu diesem Anlass über 200 Gäste und Absolventinnen ein. Die neue Präsidentin des SFK, Eva Lehner, eröffnete die Feier mit einer herzlichen Ansprache. Im Anschluss überreichten die Chefexpertinnen der Kantone Bern, Zürich und Aargau den 53 frischgebackenen Kosmetikerinnen EFZ ihre eidgenössischen Fähigkeitszeugnisse. Dies wurde musikalisch durch die Band „Rhyt me Blue“ mit heissen Beats abgerundet.

Der SFK bedankt sich bei den Sponsoren Simon Keller AG, Yon-Ka, C-Derma und Art of Efakos GmbH für die schönen Geschenke, die wir unseren Absolventinnen überreichen konnten.

Die Gastronomie Berufsbildung Baden, die das Restaurant Martinsberg führt, verwöhnte die Gäste im Anschluss mit einem vielseitigen, schön angerichteten und schmackhaften Apéro Riche. Der SFK wünscht seinen jungen Kosmetikerinnen EFZ bei ihrem Start ins Berufsleben viel Erfolg, Freude und gutes Gelingen.

www.sfkinfo.ch



Eva Lehner, Präsidentin des Schweizer Fachverbands für Kosmetik.

... AUS DER BRANCHE?

Erfolgreich bestanden

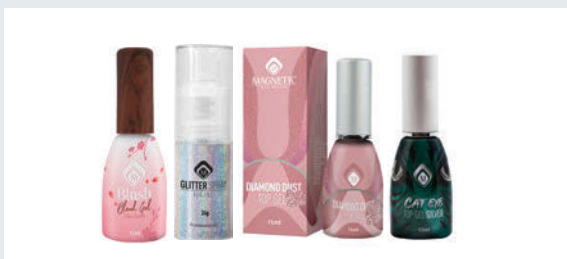
Sechs angehende Kosmetikerinnen hatten diesen Sommer Grund zur Freude: Sie schlossen die Ausbildung zur Kosmetikerin erfolgreich an der international anerkannten Kosmetikfachschule Arcos mit Diplom ab. Die Teilnehmerinnen haben eine einjährige Vollzeitausbildung durchlaufen und mit Erfolg die internationale CIDESCO-Prüfung absolviert.

Die Arcos Akademie gratuliert allen Absolventinnen herzlich und wünscht den jungen Kosmetikerinnen weiterhin viel Freude und Erfolg.

www.arcosakademie.ch



Die Absolventinnen mit Alexandra Wolf Haug (rechts), Schulleiterin der Arcos Akademie.



Neue Marke im Portfolio

Der Schweizer Fachhandel für professionelle Kosmetikprodukte dobi begrüsst eine neue Marke in seinem Portfolio: Magnetic. Die Exklusivmarke bietet ein breites Sortiment an Nagelprodukten. Gegründet wurde die Marke bereits 1998 von Nail-Designerin Mey Liang und ihrem Ehemann Jaap Steeman. Seitdem hat es sich die Marke zur Aufgabe gemacht, den Beruf der Nail-Designerin auf ein professionelles und umsatzstarkes Level zu heben.

www.dobi.ch



On the Road

Die Simon Keller AG bietet in 2023 eine neue Eventreihe an: Neben dem Nationalen Fussfachtage in Burgdorf und dem SPV-Kongress in Baden veranstaltet der Schweizer Distributor in diesem Jahr erstmals die „Keller Roadshow“. In Luzern (8. Oktober 2022), Zürich (3. Dezember 2022) und Basel (28. Januar 2023) können sich Fusspflegerinnen über Neuheiten informieren und von erfahrenen Branchenprofis inspirieren lassen.

www.swa.ch/de/page/fusspflege

ANZEIGE

Für unseren Kunden, eine renommierte Klinik in der Ostschweiz, suchen wir per sofort eine sehr motivierte und fachkompetente

Kosmetikerin EFZ mit medizinischkosmetischer Erfahrung

Sie sind in der Beauty-Welt zuhause und haben ein positives, selbstbewusstes Auftreten? Wünschen Sie sich einen Arbeitsort, an dem Sie selbstständig arbeiten können? Dann bewerben Sie sich jetzt.

Anforderungsprofil:

- Kosmetikerin (EFZ) mit fundierten Fachkenntnissen und Berufserfahrung im medizinischkosmetischen Bereich
- Gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen
- Zielstrebig, flexibel, belastbar, zwischen 26 und 40 Jahre alt

Wir bieten Ihnen:

- Aufbau eines Geschäfts auf selbstständiger Basis
- Enge Zusammenarbeit mit plastischen Chirurgen der Klinik und Übernahme der kosmetischen Nachbehandlungen
- Abwechslungsreiche und herausfordernde Tätigkeit mit viel Eigenverantwortung

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen per E-Mail an:

Frau Andrea Laube, a.laube@jp-rosselet.ch

jean-pierre rosselet

C O S M E T I C S

Jean-Pierre Rosselet Cosmetics AG

Hochbordstrasse 9, CH-8600 Dübendorf, www.jp-rosselet.ch

BOLD COLORS

Herbst-/Wintertrends

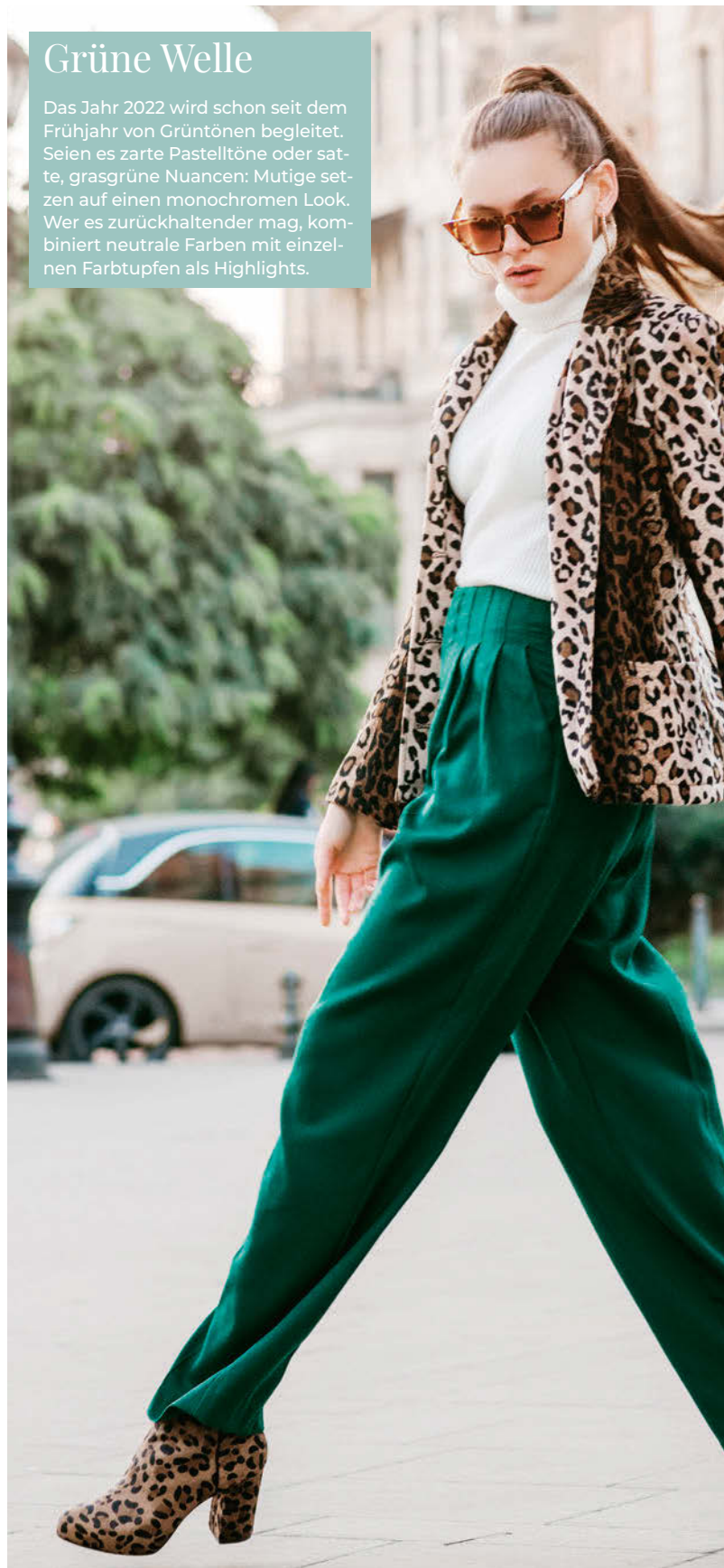
Lassen Sie sich auf den folgenden Seiten von den Neuheiten der dekorativen Kosmetik inspirieren. Dazu zeigen wir Ihnen angesagte Looks, mit denen Sie die satten Farben der Saison besonders zur Geltung bringen.



- 1 arabesque** Eyeshadow-Trio „Nr. 40 Glamorous Green“
2 Malu Wilz Beauté Lidschatten „#73 Hidden Forest“ und „#75 Moss Green“ **3 nee Make-up** „Kajal Green 24h Super Stay Eye“
4 Kryolan „True Nature Glitter“: grüne Lidschattenpartikel
5 Stagecolor „Mystic Eyeshadow Duo: 955 Sunlight & Olive Green“ **6 Malu Wilz Beauté** „Soft Eye Styler #25 Deep Teal“
7 Only „Breathable“-Nagellack in Olivgold **8 alessandro** „hybrid Soul Gel Polish Oriental Desires/02“ **9 Stagecolor** „Mystic Eye Pencil Duo Goldstone & Olive Green“ **10 Barbara Hofmann** „Pastell Blender“: synthetischer Lidschattenpinsel **11 Sothys** „Liquid Lidschatten Nr. 10 vert féérique“ **12 nee Make-up** Pflegender „L'Oyé Glow Balm Lipbalm“

Grüne Welle

Das Jahr 2022 wird schon seit dem Frühjahr von Grüntönen begleitet. Seien es zarte Pastelltöne oder satte, grasgrüne Nuancen: Mutige setzen auf einen monochromen Look. Wer es zurückhaltender mag, kombiniert neutrale Farben mit einzelnen Farbtupfen als Highlights.



Down to Earth

Brauntöne passen nicht nur wunderbar zur herbstlichen Farbenpracht der Natur, sie liegen aktuell auch mächtig im Trend. Monochrome Looks müssen dabei nicht eintönig sein: Von weichen Beigetönen bis hin zu satten Karamell- und dunklen Erdtönen steht die ganze Farbpalette offen.



5



6



7

8



9



10



11



12



1 Orly Nagellack in der Nuance „Elysian Fields“ **2** alessandro Nail Polish „Morning Mocca“ **3** Mavala „437 Antwerpen“ Nagellack in kühlem Braun **4** OPI „Brown to Earth“ Nagellack mit Geleffekt **5** Jean d'Arcel Lidschatten „Golden Hazelnut“ und „Dark Berry“ **6** Artdeco Eyeshadow „pearly designer look N°92A“ **7** Yves Stöckli „Luxury Gloss“ in „Moonshine“ und „Cacao“ **8** Sothys Kajal-Liner „intense Nr. 40 brun mystérieux“ **9** Yon-Ka „Nude Perfect Fluide“ mit Blur-Effekt **10** Reviderm „Secret Foundation Serum“ **11** Dr. Hauschka „Illuminating Fluid“ **12** MaykUp „Matte Liquid Lipstick Nude“



Flammendes Orange

Kräftig, warm, cozy: Orange heizt uns im Herbst und Winter ordentlich ein. Besonders harmonisch wirken Kombinationen mit dunklem Rot, sattem Braun oder neutralem Beige. Diese Knallfarbe ist nicht nur ein Hingucker, sie muntert auch an grauen Wintertagen auf.



1 Babor „Glow Highlighter“ in Gold **2** Malu Wilz Beauté Lidschatten „Orange Rosewood“ **3** Jean d'Arcel Warmes Rouge „Rendez-Vous“ **4** Barbara Hofmann Präziser Lidschattenpinsel mit Synthetikaar **5** MaykUp „Nude Eyeshadow Palette“ mit zwölf Farben **6** Sothys Rouge „Nr. 50 brun lumineux“ **7** Malu Wilz Beauté Lippenstift „Orange Beat“ **8** Beni Durrer Beauty Orangestichiger Lippenstift „Kerstin“ **9** Malu Wilz Beauté Blush in „Orange Passion“ **10** Orly „Breathable“-Nagellack aus der Linie „In the Spirit“ **11** Dobi Professional Butterfly Nail Polish „Puffins Bell“ **12** Mavala Nagellack „432 Perth“ **13** OPI „Infinite Shine Nagellack: Rust & Relaxation“



Magical Red

Ob geheimnisvolles Bordeaux oder knalliges Scharlach: Rote Lippen und Nägel sind ein Klassiker und auch in dieser Herbst-/Wintersaison nicht wegzudenken! Auch in Sachen Mode setzen rote Highlights selbstbewusste Statements. Eine tolle Kombination sind Weiss und Rot oder Rosé und Burgund.

Bezugsquellen

alessandro, www.alessandro.ch | arabesque, über Musculus, www.musculus.ch | Artdeco, über Deuocos Cosmetic AG, www.deuocos.ch | Babor, www.babor.ch | Barbara Hofmann, über Dobi-Inter AG, www.dobi.ch | Beni Durrer Beauty, www.benidurrer.com | Dobi Professional, www.dobi.ch | Dr. Hauschka, über Wala Schweiz, www.dr.hauschka.ch | Jean d'Arce, über Cosmetix SA, www.jeandarcel.ch | Kryolan, über Coidro AG, www.kryolan.ch | Malu Wilz Beauté über Musculus, www.musculus.ch | Mavala, www.mavala.ch | MaykUp, www.maykosmetik.ch | nee Make-up, über Simon Keller, www.simonkeller.ch | OPI, über So Be Cosmetics SA / Wella SARL, www.opiswiss.ch | Orly, über Dobi-Inter AG, www.dobi.ch | Reviderm, www.reviderm.ch | Sothys, über Eurocosmetics SA, www.sothys.ch | Stagecolor, über Jean-Pierre Rosselet Cosmetics AG, www.jp-rosselet.ch | Yves Stöckli, www.yvestoeckli.com | Yon-Ka, www.yon-ka.ch



1 OPI Infinite Shine Nagellack: „Red-veal Your Truth“ **2 Orly** Breathable Nagellack in Metallicrot **3 arabesque** „Perfect Color Lipstick“ in knalligem „Statement Red“ **4 Babor** „Lip Colour Stick 05 blood orange“ **5 Jean d'Arce** Lip Gloss in klassischem Rot **6 Babor** Schimmernde „Powder Blush Jewels“ **7 Stagecolor** Zarter „Velvet Stick Blush“ in „Fresh Pink“ **8 Artdeco** „Perfect Color Lipstick“, limitiert in rotem Case **9 Sothys** Lippenstift „Nr. 247 Rouge Liberté“ **10 Beni Durrer Beauty** „Chic“: Lippenstift in kühlem Rot **11 alessandro** „Arabien Nights“ Nagellack

FASHION BURNER FÜR SIE AUSGESUCHT

IT-PIECES

für den Spätsommer

1

KLEINER HINGUCKER

Guess | Umhängetasche „Aviana“ mit goldfarbenem Label-Plate, CHF 142, über www.aboutyou.ch



2

CHICKER STRICK

Hallhuber | Anschmiegsames Maxikleid aus Merinowollemix, CHF 270, über www.hallhuber.com/ch.



3

GOLDENE MITTE

Mango | PU-Gürtel mit reliefartiger Schnalle, CHF 25.95, über www.mango.com/ch

4



KUSCHELFREUND

Drykorn | Weicher Wollschal „Gaze Unisex“ zum Einkuscheln, CHF 120, über www.zalando.ch

5

HOCH HINAUS

Piedro Miralles | Veloursleder Stiefel mit Trichterabsatz und dezentem Zebramuster, CHF 229.95, über www.impressionen.ch.



NATUR TANKEN

Die jahrtausendealte, buddhistische Praktik des Shinrin-Yoku, besser bekannt als Waldbaden, wurde vor über 40 Jahren Teil des japanischen Gesundheitssystems. Inzwischen sind die gesundheitsfördernden Aspekte von bewussten Naturaufenthalten auch im Westen wissenschaftlich belegt und finden immer grösseren Anklang. Mehr zu den Benefits lesen Sie im Folgenden.

Eine regelmässige Selbstfürsorge – und Selbstmitgefühlpraxis ist gerade in der heutigen schnelllebigen Zeit unabdingbar, um einen ausgeglichenen Lebensstil zu führen und um in Zeiten hoher mentaler und physischer Beanspruchung in Familie und Job gesund und leistungsfähig zu bleiben.

SELBSTFÜRSORGE IST TEIL DER GESUNDHEITSVORSORGE

Auch in der öffentlichen Gesundheitsvorsorge wird dieser Tatsache immer mehr Beachtung geschenkt, und in der Folge werden in letzter Zeit verschiedenste Selbstfürsorge-Trainings immer beliebter und teilweise sogar von Kran-

kenkassen gefördert. Eines dieser ganzheitlich orientierten Angebote ist das Waldbaden oder wie es in seiner japanischen Heimat heisst: Shinrin-Yoku. Waldbaden kann in einem Satz als eine selbstfürsorgefördernde Achtsamkeitspraxis in und mit der Natur definiert werden.

Wer entspannen und etwas für seine Gesundheit tun will, geht schon lange in die Natur oder in den Wald. Aus wissenschaftlichen Studien zum Thema Gesundheitsförderung der vergangenen 40 Jahre wissen wir, dass uns das Eintauchen in verschiedene Naturumfelder (Wald-, Seen-, Fluss-, Meer-, Berg- oder auch Parklandschaften und Gärten) erlaubt, auf einfache Art und Weise die für

die mentale und körperliche Regeneration nötige Distanz zu unserem Alltagserleben zu aktivieren und unser mentales und körperliches Wohlbefinden durch bewusste Naturaufenthalte zu steigern.

JAHRTAUSENDEALTE TRADITION

Die Methode der bewussten Gesundheitsförderung in Form von Shinrin-Yoku, wörtlich übersetzt bedeutet das „Eintauchen in die Atmosphäre des Waldes“, wurde in Japan vor über 40 Jahren als Ansatz der staatlich geförderten und wissenschaftlich basierten Gesundheitsvorsorge ins Leben gerufen.

Die eigentlichen Wurzeln der Methode finden sich jedoch in der Shinto-Reli-

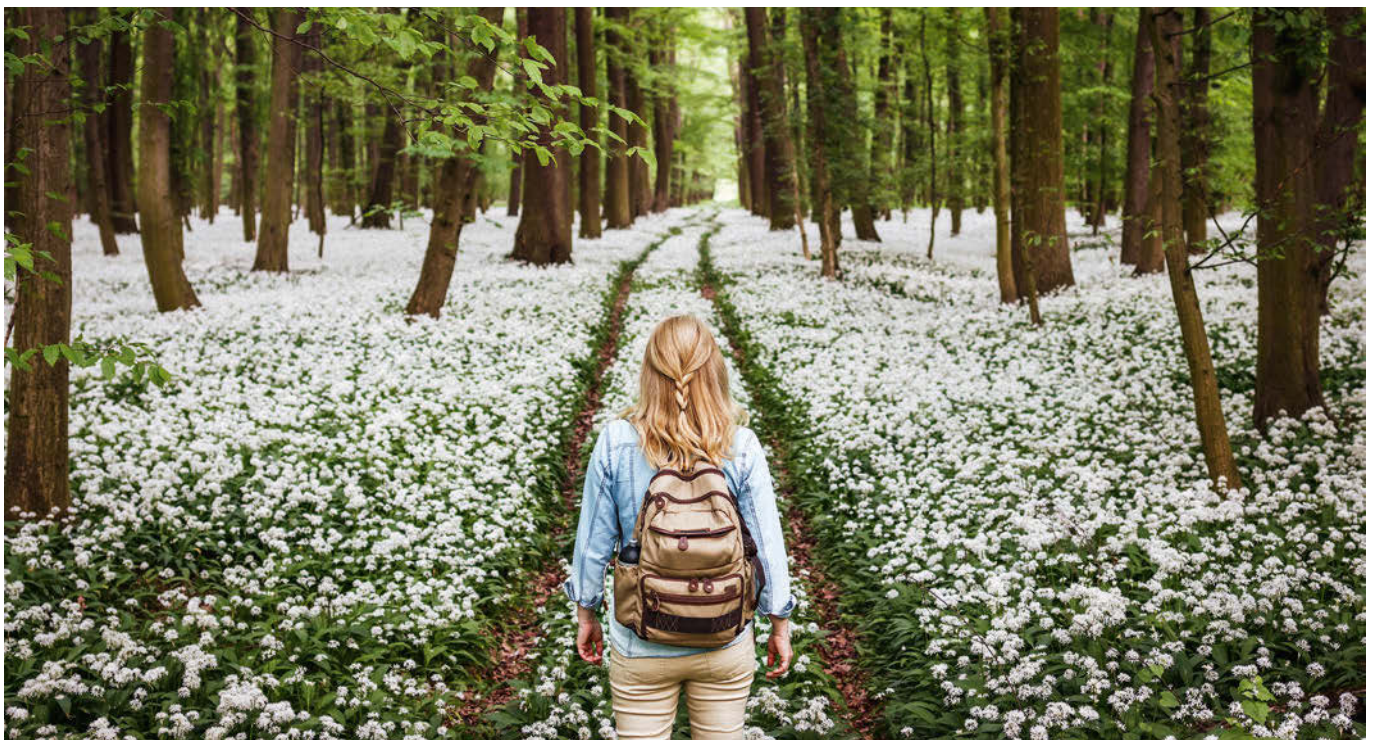


FOTO: ENCIERRO/SHUTTERSTOCK.COM

gion und dem Zen-Buddhismus und sind somit über 2'000 Jahre alt.

Das Ziel der wissenschaftlich begleiteten staatlichen Gesundheitsförderung Shinrin-Yoku ist es, die Bevölkerung vor Zivilisationskrankheiten und Stressfolgeerkrankungen zu schützen, die Menschen mental und physisch zu stärken und sie auch durch die gezielt achtsamkeitsbasierten Naturkontakte wieder in ihre Mitte zu bringen und sie zu einem vermehrt gesundheitsfördernden Verhalten anzuleiten.

Shinrin-Yoku dient somit in Japan und auch in Südkorea dem Ausgleich zu einem oft sehr hektischen und stressbelasteten Alltag vor allem im urbanen und onlinebasierten Lebens- und Arbeitsumfeld, wie es mittlerweile auch bei uns zur Regel geworden ist.

BEWUSSTE ENTSCHEUNIGUNG

Waldbaden ist also eine Form der naturbasierten Gesundheitsförderung.

Das Besondere am Waldbaden ist der bewusst entschleunigte, stille und sinnesaktivierende Aufenthalt in der Natur, der frei von jeglicher Selbstoptimierung oder Leistungsfokussierung ist. Beim Waldbaden geht es somit nicht um das Tun, sondern um das Sein:

Das heisst, wir fokussieren uns beim Waldbaden durch gezielte Entschleunigungs- und Sinnesaktivierungsübungen auf die Regeneration des Nervensystems (also auf die Aktivierung des Parasympathikus), auf die Steigerung der Selbstwahrnehmung und auf das Entwickeln einer nachhaltigen Selbstfürsorgepraxis in und mit der Natur. Wir zeigen unseren Teilnehmenden auch, wie sie einfachste naturbasierte Entspannungsübungen in ihren Alltag einbauen können.

ERGÄNZUNG ZUM SPORT

Es ist wichtig zu unterstreichen, dass Waldbaden nicht als Ersatz für sportliche Aktivitäten in der Natur definiert werden soll, sondern als eine ideale Ergänzung dazu, um unser Nervensystem wieder ins Gleichgewicht zu bringen. Für eine ganzheitliche Gesundheitsfürsorge brauchen wir in der Tat sowohl aktive (sportliche) Momente in der Natur, die dem jeweiligen Fitnesslevel der Personen angepasst sind, als auch Mo-

So fördert Waldbaden die Gesundheit

1. Verbesserung der Stressindikatoren:
 - Die Ausschüttung der Stresshormone Kortisol und Adrenalin sinkt
 - Der Blutdruck und Puls verringern sich
 - Die Muskelanspannung sinkt
 - Die Herzratenvariabilität verbessert sich
 - Die Schlafqualität erhöht sich
 - Stärkung des Immunsystems und Aktivierung natürlicher Killerzellen
2. Verstärkung positiver Gefühle wie guter Laune, Ruhe, Entspannung, Kreativität, Ausgeglichenheit, Vitalität und Konzentration sowie ein allgemein erhöhtes Wohlbefinden
3. Verringerung von negativen Gefühlen wie Stressempfinden, Müdigkeit, Ärger, Überforderung sowie nachweisliche Abnahme von Depressionssymptomen

mente der ganzheitlichen Entspannung und vor allem der Regeneration von Nervensystem und Gehirn. Diese können wir durch gezielte Förderung der parasympathischen Aktivität des Nervensystems, durch die Aktivierung des Vagusnervs und durch angeleitete Momente der Ruhe und Besinnung in der Natur erreichen.

Waldbaden ist somit nicht nur eine Methode des Stressmanagements, sondern auch eine effiziente Präventionsmethode für Stressfolgeerkrankungen.

URSPRUNG IN DER ACHTSAMKEIT

Die Achtsamkeitspraxis ist das Fundament jeder Waldbaden-Veranstaltung. Achtsamkeit als Methode ist eine über 3'000 Jahre alte Praxis, die ihre Wurzeln im frühen Buddhismus hat und die auch in Japan in Form des Zen-Buddhismus seit Jahrhunderten praktiziert wird.

Die heute praktizierte und bekannte Form von Achtsamkeit im Westen hat viele Bedeutungsverschiebungen erlebt, und hat seit den 1970er-Jahren das Thema „Wohlbefinden steigern“ im Fokus. Steigern lässt sich das Wohlbefinden durch Ruhe und Meditation, durch Verbundenheit (mit der äusseren, aber auch unserer inneren Natur) und durch das Ankommen und Verweilen im Hier und Jetzt im Anfängergeist und im Beobachtermodus (also ohne zu bewerten). Die Achtsamkeitspraxis insbesondere in der Natur ermöglicht es uns, trotz der immer hektischer werdenden Lebensumstände in unserem psychischen und physischen Gleichgewicht zu bleiben.

FAZIT

Basierend auf dem aktuellen wissenschaftlichen Forschungsstand, lassen sich einige gesundheitsfördernde Aspekte des Waldbadens ausmachen. Dazu zählen eine geringere Ausschüttung von Kortisol und Adrenalin sowie ein verringerter Blutdruck und Puls.¹ Zudem verbessert sich die Schlafqualität.² Des Weiteren wird das Immunsystem gestärkt, und natürliche Killerzellen werden aktiviert.³ Auch die Gefühlswelt und das Wohlbefinden verändern sich: So nehmen positive Stimmungen zu, während negative Gefühle und depressive Verstimmungen gemindert werden.⁴ Waldbaden hat also definitiv das Potenzial dazu, sich als eine seriöse und nachhaltige Form der ganzheitlichen mentalen und körperlichen Gesundheitsförderung zu etablieren.

Literatur

1. Furuyashiki et al, 2019, A comparative study of the physiological and psychological effects of forest bathing (Shinrin-yoku) on working age people with and without depressive tendencies.
2. Morita E. et al. A before and after comparison of the effects of forest walking on the sleep of a community-based sample of people with sleep complaints. *Biopsychosoc Med* 2011.
3. Li et al. (2006), Phytoncides (wood essential oils) induce human natural killer cell activity.



Nadine Gäschlin

ist in Afrika, Asien und in der Schweiz aufgewachsen. Sie ist Gründerin und Leiterin der Waldbaden Akademie Schweiz sowie Präsidentin des Shinrin-Yoku Dachverbands Schweiz (SYDS).
www.waldbaden-akademie.ch

Event

BEAUTY BUSINESS DAY LUGANO

PROFI-TREFF

Unser BEAUTY BUSINESS DAY Lugano ist das erste exklusive Ein-Tages-Event für Kosmetikerinnen aus dem Tessin. Am 14. November laden wir Beauty-Profis rund um Lugano in das elegante Fünf-Sterne-Hotel Splendide Royal ein. Das italienischsprachige Event bietet Ihnen eine Fachausstellung mit tollen Marken und Produkten, über die Sie sich in persönlicher Atmosphäre informieren und beraten lassen können.

Darüber hinaus profitieren Sie von einem abwechslungsreichen Rahmenprogramm, das im Ticketpreis inbegriffen und ebenfalls auf Italienisch ist. Besuchen Sie unsere Expertenvorträge und Firmenpräsentationen und lassen Sie sich inspirieren. Das Fünf-Sterne-Fingerfood-Buffer rundet den BEAUTY BUSINESS DAY ab.

SICHERN SIE SICH IHR TICKET!

Nur CHF 10!

www.shop.health-and-beauty.ch/tickets

Freuen Sie sich vor Ort zudem auf zwei attraktive Geschenke: Alle Besucher erhalten eine Swiss Beauty Box mit Produktproben der Aussteller, die zum Testen einladen. Bilinguale Gäste erhalten zudem ein Jahresabonnement der deutschsprachigen BEAUTY FORUM Ed. Swiss gratis. All das ist im Ticketpreis von CHF 10 inkludiert! Details finden Sie auf: www.beauty-fairs.ch/beauty-business-days/lugano

AUSZUG DER AUSSTELLENDEN MARKEN:

BABOR

PDT
LABORATORI
COSMETICIDerm
Qode
Lab.

swiss beauty point

V ZONE
EYES SYSTEM

FILLMED

WiQO
cosmeceuticalsPRX-T³³
wiqoPHYSIO
NATURA
cosmeticiLa Sultane de Saba
PARISV CARBON
SYSTEM

LPG

SCREAM.SA



Auszug aus dem Rahmenprogramm:

**Wie kann man in den sozialen Medien erfolgreich sein?
Mit einer guten Personal-Branding-Strategie!**

11.00 – 11.45 Uhr

Salvatore Russo, Kommunikationsexperte und Brand Builder, erläutert, wie Personal-Branding den Erfolg Ihres Instituts unterstützen kann. Mit praktischen Aufgaben lernen Sie, Ihre Markenidentität zu definieren. Ausserdem im Fokus: Erfolgreich Content erstellen und Followerzahl erhöhen.


Das neue Bundesgesetz über den Schutz vor Gefährdung durch nicht-ionisierende Strahlung und Schall (V-NISSG): Ausbildung gefragt!

13.00 – 13.45 Uhr

Marina Nastasi, Präsidentin AESI (Associazione Estetiste della Svizzera Italiana), klärt über die ab 1. Juni 2024 geltenden Anforderungen zur Anwendung von Geräten mit nichtionisierender Strahlung und Schall am Menschen auf und erklärt, wie Kosmetikerinnen diese erfüllen können.


Dermapigmentierung und die soziale Rolle der Kosmetikerin

14.00 – 14.45 Uhr

Brigida Stomaci, Gründerin der ATEC (Association Aesthetic and Corrective Tattooing), und Rita Molinaro, Dermapigmentatorin, widmen sich nicht nur der Technik zur Dermapigmentierung, sondern auch der unterstützenden Rolle der Kosmetikerin bei ästhetischen und psychologischen posttraumatischen Rehabilitationen infolge von Operationen an der Brust.



FOTO: TIERNEUJ; PUHHHA; KHORZHEVSKA/SHUTTERSTOCK.COM

Messe

1. UND 2. OKTOBER 2022

High
Profile
Beauty

BEAUTY FORUM MÜNCHEN

Entdecken Sie an den beiden Messetagen aktuelle Trends, neue Produkte und Behandlungen, bewährte Klassiker und vieles mehr. In Halle C4 finden Sie die Ausstellungsbereiche dekorative und pflegende Kosmetik, Naturkosmetik und Wellness sowie die Start-up-Zone – den neuen Ausstellungsbereich für junge, neue Unternehmen der Branche. Die Themenbereiche apparative Kosmetik, Medical Beauty, PMU, Lashes sowie Fuss/Podologie präsentieren sich in Halle C5. Die Ausstellungsbereiche Nail und Accessoires und das Hair Forum sind in Halle C6 angesiedelt. Nutzen Sie Ihren

Messebesuch zusätzlich für Ihre persönliche Weiterbildung. Unser praxisnahes, informatives Workshopangebot bietet

JETZT TICKET ONLINE SICHERN!

Ihre Vorteile beim Onlinekauf:
10 Euro sparen und kein
Anstehen an der Kasse vor Ort!
www.beauty-fairs.de/muenchen

Ihnen tolle Möglichkeiten, up to date zu bleiben. Das detaillierte Programm und die Referenten finden Sie auf:
www.beauty-fairs.de/muenchen

BREITES RAHMENPROGRAMM UND WORKSHOP-ANGEBOT

Nutzen Sie unser breitgefächertes Angebot, um sich auf der BEAUTY FORUM MÜNCHEN inspirieren und informieren zu lassen: Am BEAUTY POINT in der Halle C4, am FUSS POINT in der Halle C5 sowie am HAIRPOINT in der Halle C6 erwartet Sie ein bunt gemischtes Rahmenprogramm aus Shows, Firmenpräsentationen und Fachvorträgen. Darüber hinaus können Sie an zahlreichen Workshops teilnehmen. Bei unseren drei Aktiv-Workshops dürfen Sie die Theorie sogar direkt in die Praxis umsetzen. Wissenschaftliche Kongresse, Bühnenshows und Meisterschaften runden das Rahmenprogramm ab. Das detaillierte Programm finden Sie auf: www.beauty-fairs.de/muenchen

Meisterschaften & Shows

Deutsche Make-up-Meisterschaft

Sonntag, 02. Oktober 2022, 14.30 – 15.00 Uhr



Make-up-Profis aus ganz Deutschland haben während der BEAUTY FORUM MÜNCHEN die Chance auf den Meistertitel und die Qualifikation für den 34th International Masters' Award Make-up 2023. Das Thema: „Vintage Style – die 50er sind zurück!“. Die Siegerehrung findet im Anschluss von 15.30 bis 16.00 Uhr statt.

International Masters' Award Make-up

Samstag, 01. Oktober 2022, 15.00 – 15.30 Uhr



Der 33rd International Masters' Award Make-up findet in diesem Jahr unter dem Motto „Natural Glow“ statt. Hier treten die Sieger der nationalen BEAUTY FORUM-Make-up-Meisterschaften gegeneinander an. Die Siegerehrung findet von 16.30 bis 17.00 Uhr statt.

Make-up-Show: All about eyes

Samstag, 01. Oktober 2022, 15.30 – 16.30 Uhr



Ob Cut Crease, Smokey Eyes oder Eyeliner – unterschiedliche Augen-Make-up-Techniken liegen im Trend. Die Auswahl an Techniken ist gross – aber wie lassen sie sich auf unterschiedliche Augenformen anpassen? Das zeigen Ihnen vier Make-up-Artists.

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

Tel. 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 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,
Tel. +41 71 250 19 19, wolf@arcosakademie.ch
www.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, 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.swissphyto-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 Ultra-

schall • 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

Nägelihof 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
Tel. 052 762 01 01, info@alessandro.ch
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-Wimpernstylistin. 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 regelmässige 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 one. 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

Face Design ist seit über 20 Jahren bekannt als die innovativste und kreativste Visagistenausbildung in der Schweiz und wurde im 2022 mit dem Gold Award ausgezeichnet.

In entspannter Atmosphäre begleiten wir dich auf deinem Weg zur Make-up-Artistin. Lernen, geniessen, erfolgreich durchstarten, dank unseren anerkannten Zertifikaten und Diplomen!

An der Visagistenschule Face Design lernst du intensiv und erfolgreich – du erhältst eine Ausbildung auf höchstem Niveau. Wir bieten dir das beste PreisLeistungsverhältnis der Schweiz!

Weitere Vorteile

- E-Learning-Plattform zur Ergänzung des Präsenzunterricht
- Rabatt auf unser gesamtes Make-up- & Pinsel Sortiment
- Topmoderne Infrastruktur mit professionellen Make-up-Stationen
- Kostenlose Trainingseinheiten zur Vertiefung und Vorbereitung (unbeschränkt)
- International erfolgreiches Dozierendenteam – Profis von der Front
- Professionelle Unterstützung vor, während und nach der Ausbildungszeit
- Beratung für Selbstständigkeit, Social Media, Website und Bewerbungsschreiben
- Anerkannte Diplome dank eduQua-zertifiziertem Schulbetrieb
- Kostenlose Parkplätze und gut erreichbar mit ÖV

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

■ Dattikon

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 Dattikon AG
Tel. 056 535 43 34, www.naturaldesign.ch

NAIL

■ Frauenfeld

alessandro Schweiz AG

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

In unserer modernen Academy in Frauenfeld bilden wir stetig neue Talente aus und begleiten Profis in der Aus- und Weiterbildung. Professionelle Schulungen auf höchstem Niveau rund um das Thema Naildesign, Pediküre, Sugaring-Waxing und Lashes erwarten Sie bei uns.

alessandro Schweiz AG
Bahnhofstrasse 88, 8500 Frauenfeld
info@alessandro.ch,
Tel. 052 762 01 01
www.alessandro.ch

■ Mellingen

GRECO AG / LCN

Infos zum Weiterbildungsangebot: Ausbildung zur Nail-Designerin, Ausbildung zur Maniküristin und Workshops Nail-Art.

Obere Bahnhofstrasse 11, 5507 Mellingen
Tel. 056 481 77 88, Fax: 056 481 77 80
info@greco.swiss, www.greco.swiss

FUSSPFLEGE

■ Burgdorf / Dübendorf

SWISS WELLNESS ACADEMY

Mit der Swiss Wellness Academy kommen Sie beruflich weiter. Über 100 Aus- und Weiterbildungen an den Standorten Burgdorf und Dübendorf warten auf Sie. Erfahrene Dozenten und Dozentinnen bilden Sie in den Bereichen Wellness, Kosmetik, Fusspflege, Selbstmanagement, Massage, Hair und Physiotherapie weiter und bieten praxisnahe Verkaufs- und Marketingseminare an. Dank dem Anschluss an die Simon Keller AG profitieren Sie beim Besuch eines Seminars von Sonderkonditionen auf die kursspezifischen Produkte.

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

HAARENTFERNUNG

■ Aarau

MAYKOSMETIK ACADEMY

Sugaring als Enthaarungsmethode liegt hoch im Trend. Begeistern Sie jetzt Ihre Kunden mit Ihrem erweiterten Angebot als Dermapeepil Sugaring Profi. Mit unseren Ausbildungsangeboten in kleinen Gruppen von 2 bis 6 Teilnehmern können auch Sie diese zuckersüsse Haarentfernungsmethode erlernen und sofort in Ihrem Institut anbieten. Mit der „Dermaepil Basic“ Schulung legen Sie den ersten Grundstein für Ihre Ausbildung. Vertiefen und festigen Sie 4 bis 6 Wochen nach der Basic Schulung am „Praxis Day“ das Gelernte gratis. Mit unserer „Dermaepil Expert Sugaring“ Schulung, werden allfällige Fehlhaltungen angeschaut. Ausbildung in Deutsch, Französisch und Italienisch.

Laurententorgasse 14, 5000 Aarau
+41 62 822 71 87, +41 79 212 08 27
academy@maykosmetik.ch
www.maykosmetik.ch

MASSAGEN

■ Burgdorf / Dübendorf

SWISS WELLNESS ACADEMY

Mit der Swiss Wellness Academy kommen Sie beruflich weiter. Über 100 Aus- und Weiterbildungen an den Standorten Burgdorf und Dübendorf warten auf Sie. Erfahrene Dozenten und Dozentinnen bilden Sie in den Bereichen Wellness, Kosmetik, Fusspflege, Selbstmanagement, Massage, Hair und Physiotherapie weiter und bieten praxisnahe Verkaufs- und Marketingseminare an. Dank dem Anschluss an die Simon Keller AG profitieren Sie beim Besuch eines Seminars von Sonderkonditionen auf die kursspezifischen Produkte.

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

FARB- & STILBERATUNG

■ Bern/Zürich/Vevey

Koloristika GmbH

Infos zum Weiterbildungs-Angebot:

Koloristika GmbH – Ausbildungszentrum für Farbe, Stil & Image

Wir bieten seit über 37 Jahren eine umfassende, zeitgemässe und massgeschneiderte Aus- und Weiterbildung im Bereich der Farbe, Stil & Imageberatung in der ganzen Schweiz an.

- Dipl. Farb- und ModestilberaterIn Damen SIF auch im Fernlehrgang möglich
- Dipl. StylistIn SIF
- Dipl. Personal ShopperIn SIF
- Dipl. ImageberaterIn Professional SIF
- Diverse Seminare/Workshops

Unsere Standorte:

Koloristika GmbH, Chaumontweg 20,
3095 Spiegel b. Bern

Koloristika & Atelier Joerg Kressig,
Zähringerstrasse 32a, 8001 Zürich

3C Conseil en image, Mme Chantal Cadarin,
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



Schweizer 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@vvdS.ch, www.vvdS.ch

IHRE STERNSTUNDEN IM OKTOBER

HOROSKOP

Jungfrau (24.8. – 23.9.)

POSITIVE ENERGIEN:

Mit der Sonne im eigenen Zeichen erhalten Sie bis zum 23.09. jede Menge kosmische Unterstützung – insbesondere für alle Vorhaben, die Ihnen am Herzen liegen. Der Sonneneinfluss versorgt Sie aber auch mit Selbstbewusstsein, Souveränität, Kraft und einer Art Regietalent. Nutzen Sie diesen positiven Sternenzauber und machen Sie Ihr Leben zu dem „grossartigen Film“, der Ihren Vorstellungen und Wünschen entspricht. Auch wenn es dafür noch die ein oder andere Hürde zu meistern gilt.



DAS LIEBES-SPECIAL FÜR DIE GEBURTSTAGSKINDER:

Ihr Beziehungsleben gleicht momentan einer leichten Berg- und Talfahrt. Es könnte immer wieder zu kleineren Revierkämpfen kommen. Zum einen sind Sie im September mehr als sonst darauf bedacht, dass sich Geben und Nehmen die Waagschale in Ihrer Beziehung halten, zum anderen reagieren Sie mit Venus an Ihrer Seite viel emotionaler als gewohnt. Bei Solo-Jungfrauen sind Schmetterlinge im Bauch angesagt. Hören Sie jedoch auf Ihr Herz, denn nicht jeder vermeintliche Prinz, den Sie küssen, hat ernste Absichten.



Waage (24.9. – 23.10.):

Mars lässt Sie mutig voranschreiten und Business-Planet Merkur legt seinen positiven Einfluss obendrauf, damit Sie auch bekommen, was Sie wollen! Und weil es Ihnen im Moment gut gelingt, sich auf das wirklich Wesentliche zu fokussieren, ist der Erfolg auf Ihrer Seite.



Wassermann (21.1. – 19.2.):

Sie geben jetzt Vollgas und beeindrucken mit Multitasking und furiosen Ideen. Daher lässt sich im September einiges bewegen! Merkur und Mars fördern Ihre Handlungs- und Überzeugungskraft, sowie Ihren Geschäftssinn. Saturn lässt Sie dabei vernünftig bleiben.



Zwillinge (21.5. – 21.6.):

Einerseits brillieren Sie mit Ideen, beweisen Weitblick und verstehen es, zu motivieren. Andererseits haben Sie gewisse Selbstzweifel, mit denen Sie sich selbst ausbremsen. Gehen Sie einen Schritt nach dem anderen, dadurch gewinnen Sie Sicherheit!



Skorpion (24.10. – 22.11.):

Mehr denn je blühen Sie auf in den Begegnungen, die Ihren Weg kreuzen, aber auch in dem Gefühl, alle Fäden in der Hand zu halten. Das stärkt Ihre Souveränität. Bei so viel Selbstsicherheit macht es Ihnen eine Herausforderung zwischendurch nichts aus.



Fische (20.2. – 20.3.):

Wahrscheinlich spüren Sie gerade ein kleines Tief! Verstehen Sie es als Aufforderung, sich Pausen zu gönnen. Zu gewinnen gibt es im September sowieso nicht viel! Die Empfehlung der Sterne lautet: Tief durchatmen und den „Energiesparmodus“ anschalten.



Krebs (22.6. – 22.7.):

Sonne und Venus lassen Sie jetzt glänzen und helfen Ihnen, Ihre Talente einzusetzen. Weniger ideal stehen Ihre Vernunft-Sterne! Vermeiden Sie wichtige Entscheidungen, Vertragsabschlüsse und grössere Anschaffungen im Moment lieber und achten Sie auf Ihre Finanzen.



Schütze (23.11. – 21.12.):

Gut möglich, dass Sie sich in den kommenden Wochen öfter in Frage stellen und durch Vergleiche mit anderen verunsichern lassen. Anstatt sich durch Selbstzweifel ausbremsen zu lassen, bleiben Sie lieber standfest und gehen Ihren Weg Schritt für Schritt weiter.



Widder (21.3. – 20.4.):

Vom 11. bis 23.09. könnte Ihnen der rückläufige Merkur in der Waage Unannehmlichkeiten bereiten. Wie gut, dass Sie sowieso gerade auf Abwechslung stehen und äussert flexibel sind. Ausserdem öffnet Ihnen Jupiter als Ausgleich Türen, die bisher verschlossen waren.



Löwe (23.8. – 23.8.):

Der September ist reich an Chancen für Sie! Mars und Jupiter motivieren Sie zu Höchstleistungen, bringen aber auch Leichtigkeit in Ihr Leben. Und auch Merkur verleiht Ihnen zusätzlich einen wachen Geist.



Steinbock (22.12. – 20.1.):

Im September könnte es überraschende Möglichkeiten geben, die Ihre Projekten neuen Schwung verleihen. Ihre Kreativität und Ihr Schönheitssinn erleben zudem gerade eine Hochphase.



Stier (21.4. – 20.5.):

Der Umgang mit Schöner macht Sie im September besonders glücklich. Auch Ihre kreative Ader wird dank Venus wachgeküsst. Eine ideale Zeit, um Ihrer Einzigartigkeit Raum zu geben.



Jutta Gilch

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

IMPRESSUM

29. Jahrgang 2022
www.beauty-forum.ch

Copyright
Health and Beauty Germany GmbH,
Ettlingen/Deutschland

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 Beauty
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

Expertenbeirat

Aline Stephanie Furrer, Jacqueline
Kennedy, Caroline Rindlisbacher,
René Schätti, Gisela Warthmann

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

Jenny Würtenberger
Tel. +49 7243 72 78 198
jenny.wuerthenberger@
health-and-beauty.com

Head of Sales Support

Beate Bantzhaff
Tel. +49 7243 72 78 232
beate.bantzhaff@
health-and-beauty.com

Anzeigenpreisliste
vom 01.01.2022

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.com

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 wieder. Für unverlangt einge-
sandte Manuskripte wird keine Haftung
übernommen. Die Redaktion behält es
sich vor, Leserbriefe oder andere Beiträge
evtl. gekürzt zu veröffentlichen oder zu zi-
tieren und die Bebilderung der Fachartikel
selbst vorzunehmen.

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

NR. 10 ERSCHEINT AM 18. OKTOBER 2022

VORSCHAU



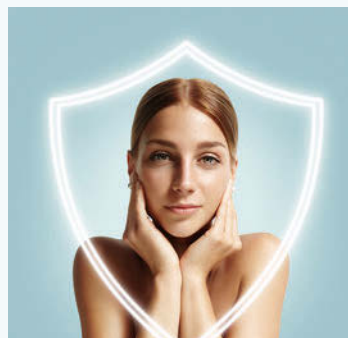
DOSSIER:

TREATMENTS FÜR
BEST-AGER

Bei Behandlung von reifer Haut mit speziellen Bedürfnissen ist Ihr Profi-
wissen gefragt. Lesen Sie in der nächsten BEAUTY FORUM Edition Swiss,
wie Sie Kundinnen in den „goldenen Jahren“ richtig pflegen und mit
Wirkstoffen boostern sowie ein perfektes Make-up zaubern.

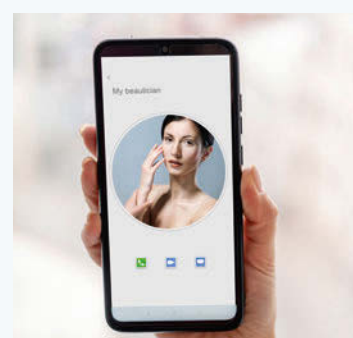
SCHÜTZENDE
WIRKSTOFFE

Diese Wirkstoffe verhelfen zu einer
gesunden Haut.



IM FLOW

Die Digitalisierung schreitet voran –
auch in der Beauty-Branche. Wir
stellen Ihnen neue Vertriebswege
vor, mit denen Sie am Ball bleiben.



ABO-HOTLINE:

Tel. 041 417 07 70

WERBEPARTNER IN DIESER AUSGABE

Binella of Switzerland AG.....	38
BTB BioTech Beauty AG Swiss.....	U2
CNC Skincare GmbH.....	39
Health and Beauty Marketing Swiss GmbH....	3, 31, U3
Jean-Pierre Rosset Cosmetics AG.....	49
Lydia Dainow Suisse Cosmetic GmbH.....	9, 40
Meerwasser Kosmetik Franziska Teebken GmbH....	41
Schweizer Fachverband für Kosmetik.....	47
Simon Keller AG.....	11
swissestetic AG.....	U4



4 FRAGEN AN

EINFACH LEBEN!

In unserer Serie „Einfach leben!“ fragen wir Menschen aus der Beauty-Branche, wie sie sich in ihrem Alltag fit halten, wie sie sich entspannen können und was ihr liebstes Reiseziel ist. Lassen Sie sich inspirieren von ...



ROBERTO VALENTE

Er ist Managing Director der Health and Beauty Group. Geboren in Turin (Italien), Diplom-Volkswirt. Berufserfahrung bei Xerox (Vertrieb, Kundenservice und Marketing), dann in einer Kommunikations- und Werbeagentur und zuletzt bei Cosmoprof als Sales Director und bei Cosmofarma als Director.



Roberto Valente mit Kindern in Kambodscha, denen er seine Fotos von ihnen zeigt.

1 Was machen Sie wenn Sie freihaben?

Eine meiner Leidenschaften ist die Fotografie. Sie verbinde ich am liebsten mit meiner anderen Leidenschaft: dem Reisen. Ich kann nicht darauf verzichten, neue Länder oder Städte zu besuchen. Ich bin immer bereit, neue Schönheiten in der Welt zu entdecken – und diese zu fotografieren.

3 WAS TUN SIE, UM ZU ENTSPANNEN?

Am Wochenende genieße ich es sehr, Zeit mit meinem Sohn zu verbringen. Wir besuchen gerne Ausstellungen oder gehen ins Kino und essen dann eine Pizza (immer diese Italiener ...). Abends versuche ich, Bücher zu lesen. Aber da ich oft Bücher lese, die mit dem Arbeitsleben zu tun haben, ist das keine wirkliche Entspannung! Gut abschalten kann ich aber auch, wenn ich mich mit Freunden zum Abendessen oder auf einen Drink verabrede.

2 Was ist Ihr liebstes Reiseziel und warum?

Abgesehen von meiner Liebe zu London habe ich keine bevorzugten Reiseziele. Ich möchte immer neue Orte bereisen, denn oft bedeutet das, mit neuen Kulturen in Kontakt zu kommen – das öffnet unseren Geist und lässt uns andere Formen der Schönheit schätzen.

4 WIE HALTEN SIE SICH FIT UND HEALTHY?



Es ist manchmal gar nicht so einfach, sich fit und gesund zu halten – vor allem, wenn man bedenkt, dass ich für meinen Job viel unterwegs bin. Ich muss zugeben, dass ich kein Sportfan bin. Trotzdem versuche ich, mich jedes Mal zu überwinden, joggen zu gehen, wenn ich Zeit habe. Glücklicherweise habe ich keine Gewichtsprobleme, aber ich weiss, dass körperliche Aktivität wichtig ist. Und was das Essen angeht, darf man natürlich nicht vergessen, dass ich Italiener bin und Pasta liebe! Und die koche ich auch gerne in verschiedenen Variationen.



SAVE THE DATE

BEAUTY BUSINESS DAY LUGANO

Montag, 14. November 2022

Hotel Splendide Royal

Alle Infos zum Event und Tickets:
www.beauty-fairs.ch/lugano

BEAUTY BUSINESS DAYS SWITZERLAND sind Events von

Health and Beauty Marketing Swiss GmbH

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

retinolift concentrate

Hochkonzentriertes Retinol Serum für ein revitalisiertes Hautbild.

Verfeinert Linien und Falten, wirkt antioxidant und zellaktivierend.

Der Komplex der innovativen Wirkstoffe sorgt für eine sichtbare Anti-Aging Wirkung ab der ersten Anwendung.

