

BEAUTY FORUM

BE INFORMED, BE INSPIRED, BE YOURSELF!

PRE- STATT ANTI-AGING

DIESE TREATMENTS ZÖGERN
DIE HAUTALTERUNG HINAUS

SPRING COLORS

DIE MAKE-UP-TRENDS FÜR
FRÜHJAHR UND SOMMER

DOSSIER:

SUN *KISSED*

HAUTPFLEGE UND
TREATMENTS FÜR HEISSE TAGE



Straffe Haut? vega.

Die neue revolutionäre
Radiofrequenz-Technologie.

Mehr Volumen, verbesserte Elastizität und Festigkeit durch präzise Erwärmung der bisher wenig beachteten Grenzschichten zwischen Dermis und Subkuits. Die gezielte Modulation dieser Grenzschicht mit Radiofrequenz wirkt effektiv gegen Volumen und Spannkraftverlust.

Mit REVIDERM vega erfolgreich gegen:

- ① Hängende Augenbrauen
- ② Marionettenfalten
- ③ Truthahnhal
- ④ Tränenrinne
- ⑤ Eingefallene Wangen
- ⑥ Prominente Nasolabialfalte
- ⑦ Verschwommene Kinnkontur

**Sie wollen Ihren Umsatz steigern und mit uns
gemeinsam Erfolgsgeschichte schreiben?
Dann kontaktieren Sie uns!**

tel 49 8104 8873-0
info@reviderm.com
www.reviderm.com

Mehr
Informationen:



like us!
www.facebook.de/reviderm



follow us!
@revidermofficial



DERMOKOSMETIK
VERTRÄGLICH &
WIRKSAM
MADE IN GERMANY

C
T
R
U
E
A
R
E

JETZT WIRD *aufgeblüht!*

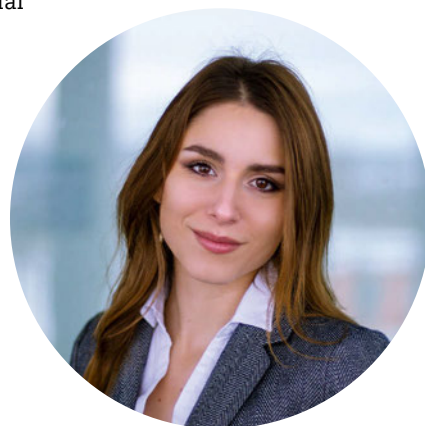
Die ersten Bäume tragen schon Blüten und die Sonne kommt wieder regelmässig hinter den Wolken hervor. Während ich an diesem Editorial schreibe, versetzt mich das gute Wetter in Hochstimmung, denn endlich ist die warme Jahreszeit angebrochen! Sicher geht es Ihnen und Ihrer Kundschaft genauso.

Bestenfalls verwenden Ihre Kundinnen und Kunden das ganze Jahr über Sonnenschutz, doch wenn nicht, dann wird es jetzt höchste Zeit, die Haut vor der Sonne zu schützen!

Und sollten Ihre Kundinnen sich doch einmal (oder auch öfters...) nicht an die obligatorische Sonnencreme gehalten haben, zeigen wir Ihnen in unserem Dossier ab Seite 24, mit welchen Treatments sie die Haut beruhigen und pflegen können. Und auch, was zu tun ist, um den sonnengeküssten Glow möglichst lange zu erhalten, erfahren Sie ab Seite 32.

Genauso farbenfroh wie in der Natur, geht es übrigens auch in den Frühjahrs- und Sommertrends zu. Auf den Laufstegen präsentierten die Designer unter anderem Kreationen in Magenta, Blau, Orange und Grün. Inspiriert von dem bunten Treiben sind auch die Neuheiten in der dekorativen Kosmetik – blättern Sie auf Seite 44, um sich von dem leuchtenden Farbspiel inspirieren zu lassen.

Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Lesen dieser Ausgabe!



Ihre

Jaqueline Kramer

Jaqueline Kramer

Editor-in-Chief

BEAUTY FORUM Ed. Swiss



BEAUTY BUSINESS DAY LUZERN

Montag, 22. Mai 2023

Hotel Schweizerhof Luzern

SAVE
THE
DATE

Alle Informationen zum Event & Tickets:
www.beauty-fairs.ch

**BEAUTY BUSINESS
DAY LUZERN** by COSYVORCE



INHALT

APRIL 2023

SKIN & BODYCARE CLASSICS

Pflege

- 6 Prävention statt Anti-Aging?**
Den genetischen Alterungsprozess aufhalten
- 12 Hautwissen**
Serie, Teil 5: Akne & Haut
- 14 News**
- 15 Was würden Sie tun?**
Serie

Hand & Nagel

- 16 7 Nail-Trends**
Diese Looks sind in diesem Jahr auf den Nägeln gefragt

HIGH COMPETENCE

Medical Beauty

- 20 Gute Abwehr – gesunde Haut**
Wie die Hautbarriere eine gesunde Haut beeinflusst
- 23 News**

BUSINESS & COMMUNITY

- 36 Institut des Monats**
Sakura Beauty
- 40 Ja, like mich doch!**
- 42 News**
- 43 Neue Führung**
Interview mit General Director LPG Schweiz, Luc Bourguignon

STYLE & FASHION

- 44 Spring Colors**
Die Trendfarben der Frühjahrs- und Sommersaison
- 48 Mut zu Magenta**
Step by Step zum Look in der Pantonefarbe

LIFESTYLE & SELFCARE

Psychologie & Mindset

- 52 Alles Psyche?**
Auswirkungen der mentalen Gesundheit auf die Haut

DOSSIER

SUN KISSED

Pflegende Treatments für die heissen Tage

24 Intro

Treatments und News rund um das Thema Sonnenschutz

26 Lichtschäden minimieren

Treatments zur Regeneration sonnengeschädigter Haut

29 Ist Titandioxid alternativlos?

Die Rolle des Pigments in Sonnenschutzprodukten

32 After Sun Glow

Massnahmen zur Erhaltung des Sommerteints

66 Einfach leben!

Serie: 4 Fragen an Jacqueline Kennedy

EVENT

- 54 Unsere Events 2023**
Übersicht



SPRING COLORS

Die Trendfarben der Frühjahrs- und Sommersaison

55 Ein-Tages-Event für Profis
BEAUTY BUSINESS DAY
LUZERN

58 Kongress in Baden
FUSS & MEDICAL BEAUTY
KONGRESS

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 Ausgabe liegt die Sonderbeilage Business Special der Health and Beauty Marketing Swiss GmbH bei.



UNSER COVER-LOOK

„DER FRISCHE PINKTON AUF DEN LIDERN UND LIPPEN MACHT LUST AUF DEN FRÜHLING UND BETONT GRÜNE AUGEN BESONDERS SCHÖN.“

Mihaela Rankova, Make-up-Artistin



Titelbild + Cover-Look
Fotos: Ralf Eyertt
Make-up & Hair: Mihaela Rankova
Model: Eleni Migliavacca
Kleid: Tooche Zürich

48

MUT ZU MAGENTA

Step by Step zum Look in der Pantonefarbe





PRÄVENTION *statt* ANTI- AGING?

Der genetische Alterungsprozess der Menschen ist bisher unvermeidbar, denn auch bei sorgfältigster Prävention altert der Mensch und somit auch seine Haut. Die Frage ist, wie schnell oder langsam dieser Prozess stattfindet. Es ist natürlich immer besser, vorausschauend zu handeln und Prävention zu betreiben.

Das bedeutet: Eine gesunde Lebensführung zu pflegen und entsprechende Hautpflege von frühester Jugend an zu verwenden. Haben Ihre Kundinnen und Kunden ihrer Haut erst später Beachtung geschenkt, so ist es für entsprechende Umstellungen und Pflegemassnahmen natürlich trotzdem nie zu spät.

Jedoch sollte man seine Erwartungen realistisch an die bestehenden Möglichkeiten anpassen.

Die gute Nachricht also ist: Für Anti-Aging ist es nie zu spät. Und für Pre-Aging ist es nie zu früh.

Definieren wir zuerst den genauen Unterschied zwischen Pre-Aging und Anti-Aging. Pre-Aging beinhaltet alle vorbeugenden Massnahmen gegen Alterung und gegen Hautalterung. Beim Anti-Aging wird man gegen bereits bestehende Alterungsmerkmale (Hautalterung) aktiv.

Wenn in diesem Zusammenhang der Begriff „Ästhetisch-Plastische-Chirurgie“ auftaucht, so handelt es sich dabei nicht unbedingt immer um invasive Therapien. Auch, und inzwischen immer mehr, sind die sogenannten non-invasiven Methoden im Gespräch. Doch wann genau ist dafür der richtige Zeitpunkt? Spezialisten sagen: „Es ist nie zu früh oder zu spät, damit anzufangen.“ Die Zeichen der Hautalterung sind gegebenenfalls nicht mehr unbedingt völlig rever-

sibel, trotzdem lässt sich der Hautalterungsprozess verlangsamen.

HAUTALTERUNG – WAS BEDEUTET DAS?

Wissenschaftler wissen: Altern ist ein komplizierter Prozess. Die Ursachen dafür sind komplex und bis heute nicht vollständig geklärt. Man weiss inzwischen, dass freie Sauerstoffradikale oxidative Schäden an den Zellen verursachen. Diese Radikale entstehen im Körper beim Nährstoffabbau; ausserdem werden sie über die Nahrung, bestimmte Arzneimittel, Umweltgifte aus der Luft und Zigarettenrauch aufgenommen. Zudem bilden sie sich durch den Einfluss von UV- und radioaktiven Strahlen, verschiedene Erkrankungen können dadurch entstehen.

Der Organismus kann diese Radikale mithilfe komplizierter Antioxidationsmechanismen unschädlich machen.

Ein Schlüssel, den Alterungsprozess zu verlangsamen, liegt also bei uns selbst, zum Beispiel in unserer Ernährung. Wir brauchen neben Nährstoffen viele Vitamine, Mineralstoffe und Spurenelemente.

NAHRUNGSERGÄNZUNG

Liegt der Schlüssel zum Erfolg in Vitaminsubstitution durch Nahrungsergänzungsmittel? Nein, keinesfalls, zumindest nicht ausschliesslich. Denn nur selten können Nahrungsergänzungsmittel Lebensmittel, die die gesamte Komplexität von gesunden Lebensmitteln abbilden, eine ungesunde Ernährung ausgleichen. Auch sind für viele Einzelstoffe im Bereich Nahrungsergänzungsmittel oft noch keine klaren Dosierungsanleitungen gesichert.

Nach derzeitigem Wissensstand kommt dagegen einer vollwertigen Ernährung mit reichlich Obst und Gemüse ein präventiver Effekt zu.



Um den Alterungsprozess zu verlangsamen sollten Sie Pre-Aging-Massnahmen mit Anti-Aging-Behandlungen kombinieren.

FOTO: GROUND PICTURE/SHUTTERSTOCK.COM

Insgesamt gesehen, ist der Alterungsprozess aber derart multifaktoriell, dass die Ernährung nur einen Baustein darstellt.

Bedingt durch Lebensstil, äussere Einflüsse wie Sonne oder Umweltgifte, aber auch genetisch bedingt, führt der Alterungsprozess auf der Zellebene zu diversen Kettenreaktionen, die in der Folge oxidierte Proteine und geschädigte Zellbestandteile nach sich ziehen. Früher oder später werden die Auswirkungen sichtbar. Unser aus Kollagen bestehendes Stützgerüst der Haut verliert an Spannkraft. Dies wiederum führt zu vermehrter Faltenbildung. Ein ungleichmässiger Hautton, kombiniert mit sogenannten Altersflecken und Pigmentveränderungen können weitere Folge sein.

BLICK IN DIE SOGENANNTEN „ANTI-AGING-MEDIZIN“

Um den Alterungsprozess besser zu verstehen und diesen Prozess hinauszuzögern, werden in dieser medizinischen Richtung die Ursachen für das Altern erforscht. Dabei schaut man sich die wichtigsten Ursachen für das Altern an:

- Körperzellen teilen sich weniger und langsamer
- Hormonspiegel sinkt (bei Frauen besonders der Östrogenspiegel), dadurch baut sich Knochenmasse schneller ab. Bei Männern sinkt der Testosteronspiegel, was den Muskelabbau begünstigt und das Herzinfarktrisiko erhöht.
- Abwehrkräfte lassen nach
- Zellmembranen verzuckern
- Schäden an durch dann freie Sauerstoffradikale nehmen zu

Von diesen Erkenntnissen leitet sich ein regelrechtes Bündel von Überlegungen und Behandlungsansätzen ab. Medizinisch können im Bedarfsfall Hormone substituiert werden. Das sollte mit Endokrinologen intensiv besprochen und sorgfältig abgewogen werden. Besonders wichtig ist die bereits erwähnte gesunde Lebensweise. Diese beinhaltet ausreichend Bewegung wie Schwimmen, Radfahren, gesunde Ernährung – abwechslungsreich, fettarm und ballaststoffreich – und Verringerung von Stress.

„ FÜR ANTI-AGING IST ES NIE
ZU SPÄT UND FÜR PRE-AGING
IST ES NIE ZU FRÜH.

Oft kann temporär eine Vitalstoffergänzung sinnvoll sein. Begleitend dazu sollten kosmetische Massnahmen und kosmetische Pflege selbstverständlich sein. Man sieht, das Altern kann gemanagt werden.

Das Behandlungsziel ist dabei nicht mehr „forever young“ oder ewige Jugendlichkeit. Es geht auch nicht unbedingt um substanzielle Lebensverlängerung oder gar Unsterb-



LYDIA DAÏNOW
— SUISSE COSMETIC —

DAÏSUN



Entdecken Sie den Sonnenschutz der
neusten Generation.

Lydia Daïnow



Made in Switzerland

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

Die zehn wichtigsten Punkte für ein Pre-Aging-Konzept:

1. Nicht rauchen oder sofort damit aufhören.
2. Haut vor Sonne schützen. Sonnenbrand unbedingt vermeiden. Lichtschutzfaktor verwenden und die Haut durch Aufenthalte im Freien an Sonne gewöhnen.
3. Auf gesunde Ernährung achten. Tierische Fette und Zucker vermeiden oder drastisch reduzieren. Auf alles dabei verzichten macht wenig Sinn. Besser ist, alles zu essen, aber in Massen. Süßigkeiten und Fleisch selten verzehren. Ab und an fasten mit einer Nüchternheitsperiode von circa 14 bis 16 Stunden (Frauen eher 14 Stunden). Ständiges Essen führt dazu, dass Energieverarbeitungssysteme des Körpers durchgehend arbeiten müssen. Und genau das lässt Zellen schneller altern. Lebensmittel, die entzündungshemmende Botenstoffe produzieren, zum Beispiel Leinsamen, sollten regelmässig im Speiseplan enthalten sein.
4. Alkohol vermeiden beziehungsweise drastisch reduzieren. Alkohol als Zellgift beschleunigt den Alterungsprozess und verhindert guten Schlaf. Aber: Gerade beim Schlafen finden wichtige Reparaturprozesse – und besonders im Bereich der Haut – statt.
5. In der Hautpflege kosmetische Wirkstoffe, die mit ihren positiven Eigenschaften dem Alterungsprozess der Haut entgegensteuern, verwenden. Das wären zum Beispiel Hyaluronsäure, viele Vitamine, insbesondere Vitamin A. Durch Vitamin A können Pigmentverschiebungen aufgeheilt und die Kollagensynthese gefördert werden. Vitamin C wirkt hierbei als Kollagenstabilisator.
6. Ausreichend Bewegung in Form von Sport. Einseitige Bewegungsabläufe wie zum Beispiel bei der Hausarbeit sind dabei nicht mit Sport gleichzusetzen. Unterschiedliche Übungen sind auch deutlich besser, als regelmässig die gleichen Übungen durchzuführen. Sport mindestens drei Mal pro Woche.
7. Hautreinigung täglich, aber richtig! Ein wichtiger Punkt, denn eine zu aggressive Reinigung kann zu Hautirritationen führen. Umweltgifte und andere Substanzen müssen entfernt werden: morgens und abends und wann immer geschwitzt wurde.
8. Regelmässige Konsultation beim Dermatologen. Denn der weitverbreitete Hautkrebs ist besser zu behandeln, wenn er früh erkannt wird.
9. Kosmetische Hautpflege daheim regelmässig und ergänzen mit Besuchen/Behandlungen im Kosmetikinstitut. Denn hier kann natürlich die allgemeine Pflege zum Beispiel durch Einsatz spezieller Geräte optimiert werden. Die Haut kann zum Beispiel mittels Mikrodermabrasion gründlicher gereinigt werden, Wirkstoffe können durch Anwendung von Ultraschall, Elektroporation und ähnlichen Methoden besser penetrieren und für eine Depotwirkung sorgen.
10. Das Leben glücklich gestalten: Das ist natürlich ein äusserst erstrebenswertes Ziel. Dazu gehören das Pflegen familiärer und sozialer Kontakte sowie die Teilhabe am kulturellen Leben gleichermaßen.

lichkeit. Das Ziel ist die Verlängerung der gesunden, funktionsfähigen Lebenserwartung.

GUTE GESUNDHEIT

„Altern ja, aber gesundes Altern“ ist die Devise. In diesem Zusammenhang ist das Resveratrol besonders zu nennen. Ein Stoff, der anscheinend vor den sogenannten „Alterskrankheiten“ schützen und sogar Krebszellen zerstören kann. Dieser Pflanzenstoff wirkt genregulierend und antioxidativ. Resveratrol kommt vor allem im Wein und in roten Weintrauben vor. Ein Blick nach Frankreich und damit ein Blick auf das sogenannte „Französische Paradox“ zeigen, dass die durchschnittlich gute Gesundheit der Bevölkerung anscheinend auch mit dem dort üblichen regelmässigen Rotweinkonsum zusammenhängt. Ein Plädoyer für das Trinken von Alkohol? Nein, natürlich nicht. Wobei sicher nicht so viel gegen ein Gläschen Rotwein ab und an spricht. Doch Resveratrol findet man in geringen

Mengen auch in Erdnüssen, in Himbeeren und in anderen Pflanzen vor, und im Rotwein sind letztlich auch jeweils nur wenige Milligramm Resveratrol pro Liter enthalten.

Zudem lassen sich in diesem Zusammenhang auch positive Effekte durch kalorische Restriktion feststellen. Eine reduzierte Kalorienzufuhr ohne Mangel an Nährstoffen aktiviert Stoffe, die hier günstig wirken.

Auch an dieser Stelle sollen die Nahrungsergänzungsmittel nicht unerwähnt bleiben.

Denn Resveratrol ist natürlich auch in dieser Form erhältlich. Präparate mit 25 bis 200 mg Resveratrol sind mittlerweile erhältlich. Aber auch hierfür kein Plädoyer meinerseits. **Denn auch hier gilt:** Evidenzbasierte Vorgaben für Dosierungen fehlen.

FAZIT

Sowohl präventiv als auch im Bedarfsfall mit Anti-Aging-Behandlungen agieren, beides hat seine Berechtigung. Gesund – und wie auch

oft gesagt wird – mit Anstand altern könnte besser sein, als verkrampft ewig jung bleiben zu wollen.

Durch Pre-Aging-Massnahmen den Alterungsprozess zu verlangsamen, kann und sollte Hand in Hand mit Anti-Aging-Behandlungen gehen. Eine Aufgabe der Kosmetikerin ist es, ihre Kunden kompetent zu beraten und diese Zusammenhänge aufzuzeigen sowie den Verlauf gut zu beobachten, zu dokumentieren und entsprechend zu behandeln.

Professionelle Hautanalysegeräte zum Analysieren und Dokumentieren vor der Behandlung sind hierbei sehr hilfreich und überzeugen Kunden meist noch schneller als viele Worte.



Waltraud Böhme

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

Dr. Schrammek Vitality Time Control RetiNight Essence Schön im Schlaf!

Dr. med. Christine
SCHRAMMEK
derma.cosmetics

Art.-Nr. 005265,
exklusiv erhältlich bei der Simon Keller AG.



Wissenschaftlich bestätigt:

-26%

Verringerung der
mittleren Faltentiefe

-11%

Verringerung des
mittleren Faltenvolumens

+18%

Zunahme des
Spannungszustandes

Eine klinische Studie gemäss der GCP-Guidelines an einem deutschen Universitätsinstitut bestätigt die hautglättende Wirkung von TIME CONTROL RetiNight Essence.

ERGEBNISSE NACH 4-WÖCHIGER ANWENDUNG

Instrumentelle Testmethode: Messung mittels PRIMOS-Verfahren im Augenwinkelbereich

1. Verringerung der Faltentiefe

Reduktion der mittleren Faltentiefe um 26%

2. Verringerung des Faltenvolumens

Reduktion des mittleren Faltenvolumens um 11%

3. Zunahme des Spannungszustandes

Zunahme des Spannungszustandes der Haut um 18%

Darüber hinaus wurde – wie für jedes Produkt von Dr. med. Christine Schrammek Kosmetik – ein dermatologisches Gutachten erstellt, welches die gute Verträglichkeit des Produktes belegt.

TIME CONTROL RetiNight Essence ist ein intensives
Anti-Aging Luxus-Produkt für die Anwendung über Nacht



Anti Aging



Feuchtigkeit



Wissenschaftlich
bestätigt



Über Nacht



Luxus-Produkt

Vitanol® Bio

- Boostet die zelluläre Aktivität und stimuliert die Kollagensynthese

Vitamin A

- Regt die Bildung neuer Hautzellen an
- Verhindert den Kollagenabbau



Aquaxyl™

- Spendet Feuchtigkeit
- Steigert die Hyaluronsäuresynthese

Matrixyl™ 3000

- Unterstützt die hauteigene Regeneration
- Verbessert die Faserstruktur



Einfach clever shoppen:
www.simonkeller.ch

Simon Keller AG,
3400 Burgdorf

034 420 08 00
verkauf@simonkeller.ch

Keller
simonkeller.ch

Serie
TEIL 5: AKNE & HAUT

HAUTWISSEN

Tagtäglich arbeiten Sie mit der Haut Ihrer Kundinnen und Kunden: Sie unterstützen diese bei der Lösung von Hautproblemen und verhelfen ihnen zu ihrer Traumhaut. In dieser Serie wollen wir sie daher noch einmal von Grund auf unter die Lupe nehmen: Hautarzt Dr. med. univ. Stefan Teske erklärt Ihnen in jeder Ausgabe verschiedene Aspekte unseres grössten Organs.

Akne tritt hauptsächlich in der Pubertät auf, jedoch leiden auch Erwachsene immer wieder unter der weltweit häufigsten Hauterkrankung, die Mitesser, Pickel, Hautgries, Pusteln oder Zysten verursacht.

AKNE VULGARIS

Die gewöhnliche Akne oder Akne vulgaris entsteht, wenn tote Hautzellen, Bakterien und getrockneter Talg die Haarfollikel der Haut verstopfen. Auch ein hormonelles Ungleichgewicht kann eine Ursache für Hautunreinheiten sein. Meistens treten diese im Gesicht und am Oberkörper, beispielsweise im Brustbereich, auf den Schultern oder am Rücken, auf.

Tipp: Vermuten Ihre erwachsenen Kundinnen und Kunden unter Akne zu leiden, sollten andere Hauterkrankungen wie Rosazea erst von einem Hautarzt ausgeschlossen werden.

WAS HILFT WIRKLICH GEGEN AKNE?

- **Den Hormonhaushalt in Balance bringen:** Durch Hormonumstellungen und -schwankungen können Talgdrüsen vergrössert werden. Dies geschieht in der Pubertät, Schwangerschaft, in den Wechseljahren oder während der Periode. Pflanzenpräparate wie Mönchspfeffer haben eine regulierende Wirkung.
- **Ausgewogene Ernährung:** Lebensmittel mit Phytoöstrogenen wie Tofu, Bohnen, Erbsen und Leinsamen können eine positive Auswirkung auf den Hormonhaushalt haben. Zucker, Milchprodukte und Alkohol begünstigen indes Akne. Diese sollten daher gemieden werden, genauso wie Lebensmittel mit

hochglykämischen Kohlenhydraten wie Weissbrot, weisser Reis oder Pommes.

- **Stress reduzieren:** Das sogenannte Stresshormon Cortisol kann zu einer hormonellen Dysbalance führen. Wird seine Ausschüttung reduziert, kann einem von Akne geplagten Hautbild vorgebeugt werden.
- **Gesunde Darmflora:** Ist die Darmflora gestört, können Vitamine, Mineralstoffe und Spurenelemente wie Zink nicht gut aufgenommen werden. Dies kann wiederum Akne begünstigen. Daher sind Probiotika für den Darm empfehlenswert.
- **Achtsame Hautpflege:** Um eine Neubildung oder Verschlimmerung von Akne zu vermeiden, sollte auf fett- und ölhaltige Cremes verzichtet und stattdessen nicht komedogene Produkte, die die Poren nicht verstopfen, verwendet werden.
- **Hygienemassnahmen:** Ein Handtuch, das eigens für das Gesicht verwendet wird, reduziert die Verbreitung von Bakterien im Gesicht. Auch Kopfkissenbezüge sollten regelmässig gewaschen werden. Ausserdem sollte man sich nur mit sauberen Händen in das Gesicht fassen.
- **Medizinische Behandlung:** Bei leichter Akne können die Wirkstoffe Tretinoincreme, Benzoylperoxid und lokale Antibiotika angewendet werden. Bei mässiger Akne kann zusätzlich ein oral eingenommenes Antibiotikum eine gute Wirkung erzielen. Bei schwerer Akne wird ein oral eingenommenes Isotretinoin angewendet. Dadurch kommt es unter anderem zu einer Verkleinerung der Talgdrüsen und folglich zu einer Verminderung der

SO GEHT ES WEITER !

Teil 6 zum Thema „Hautkrebs“ folgt in einer der nächsten Ausgaben.

Produktion von Talg. Ausserdem wirkt es entzündungshemmend und antibakteriell. Bei zystischer Akne hingegen wird ein Kortikosteroid injiziert.

- **Lichttherapie und PDT:** Auch Lichttherapie kann unterstützend eingesetzt werden, wobei die Haut mit sichtbarem Rot- oder Blaulicht bestrahlt wird. Zudem hat sich die photodynamische Therapie (PDT) als erfolgreich erwiesen. In diesem Fall werden Cremes oder Gele mit Licht einer bestimmten Wellenlänge angewandt. Die Kosten der Lichttherapie und der PDT werden bei Akne nicht von der Allgemeinversicherung übernommen.

Tipp: Von Akne betroffene Personen sollten immer zur Abklärung der Form und des Schweregrads einen Hautarzt aufsuchen, bevor mit einer kosmetischen Behandlung begonnen wird.



Dr. med. univ. Stefan Teske

Der Autor ist Dermatologe mit eigener Praxis in Zürich und am Spital Lachen. Zu seiner Expertise gehören das chirurgische Entfernen des Hautkrebses, die anschliessende funktionelle und kosmetische Defektdeckung sowie plastisch-chirurgische Verfahren. www.hautarzt-teske.ch

FRÜHLINGSFRISCH



1 DR. MED. SCHRAMMECK Das „Hair Boost Tonic“ soll gegen Haarausfall wirken und die Haarproduktion unterstützen. Eine Kombination verschiedener Inhaltsstoffe für Kopfhaut und Haare hat die Aufgabe, den Haarausfall zu reduzieren und das natürliche Wachstum zu fördern. Tel. 034 420 08 00, www.simonkeller.ch **2 REVIDERM** Das „Contouring“-Pflegekonzept kommt in einem neuen Design daher. Während die Formulierung unverändert ist, wurde das Produktangebot überarbeitet. Das Konzept soll auf allen Ebenen der Hautalterung wirken. Tel. +49 81 04 88 73-0, www.reviderm.com **3 PHYRIS** Das „Fix & Glow Spray“ aus der „FoREST“-Linie soll mit Tarastrauchextrakt die Haltbarkeit des Make-ups verlängern und der Haut ein erfrischtes Gefühl geben. Das Spray verspricht zudem ein frisches und strahlendes Hautbild. Tel. 044 986 20 40, www.musculus.ch **4 CNC SKIN-CARE** Die „Refreshing Eye Zone Mask“ mit Hyaluron und Niacinamid ist laut Hersteller ideal nach einer langen Nacht: Die biologisch abbaubare Cellulose-Augenmaske soll mit ihrem Wirkstoffkomplex für eine frische Augenpartie sorgen und Schatten mindern. Tel. 061 271 60 60, www.cnc-cosmetic.ch **5 DR. HAUSCHKA** Im Frühjahr sind einige Klassiker von Dr. Hauschka als limited Edition erhältlich: So sind eine Duschcreme, ein Körperbalsam, eine Tagescreme und ein Tagesfluid mit Bio-Avocadoöl aus Kenia angereichert. Das Öl wird aus nachhaltig kultivierten und fair gehandelten Avocados hergestellt. Tel. 031 388 80 10, www.drhauschka.ch

Ratgeber

ALLTAGSPROBLEME TEIL 27

WAS WÜRDEN SIE TUN?

„EINE BLOGGERIN HAT BEI MIR EINE KOSTENLOSE BEHANDLUNG ANGEFRAGT. IM GEGENZUG MÖCHTE SIE AUF IHREN KANÄLEN ÜBER MEIN INSTITUT BERICHTEN. ICH BIN MIR NICHT SICHER, OB ICH ZUSAGEN SOLL. WAS WÜRDEN SIE TUN?“

Christine L., Kosmetikerin aus Nürensdorf

In der heutigen Zeit sind das Internet und seine sozialen Plattformen nicht mehr aus unserem Alltag wegzudenken. Influencer haben teils enorme Reichweiten und sind somit die neuen Werbeträger online, denen potenzielle Kundinnen und Kunden folgen.

BLOGGER VERSUS INFLUENCER

Ich finde es wichtig, klar vor Augen zu halten, dass eine Bloggerin nicht immer eine Influencerin ist. Eine Bloggerin schreibt Artikel über verschiedene Themen, die möglichst viele Personen interessieren sollen. Eine Bloggerin recherchiert und experimentiert selbst zu Themen und schreibt ihre Erfahrung und Meinung dazu in öffentlichen Blogposts nieder. Eine Influencerin hingegen verkauft oder empfiehlt durch (Selbst-)Inszenierung oder durch eigene Überzeugung Produkte und Dienstleistungen. Die Zusammenarbeit mit einer guten Bloggerin kann sich durchaus für Sie lohnen und Ihnen zu mehr Aufmerksamkeit verhelfen.

ERFAHRUNGSBERICHTE WECKEN VERTRAUEN

Ein Blogartikel über Sie und Ihr Institut ist bei der Google-Suche einer neuen Kundin oder eines neuen Kunden ein grosses Plus. Ich spreche hier aus eigener Erfahrung: Wenn jemand den Namen Ihres Geschäfts im Inter-

DIE EXPERTIN



KEREM BUCHS

Die Kosmetikerin führt ihr eigenes Kosmetikinstitut in Luzern. Spezialisiert ist sie auf medizinisch-kosmetische Gesichtsbehandlungen. www.kmbcosmetics.ch

net eingibt oder über die Suche auf Sie stösst und dabei den Blogartikel findet, kann er oder sie sich bereits vorab ein Bild von Ihnen machen und profitiert von dem Erfahrungsbericht. Bevor Sie einer Zusammenarbeit zustimmen, sollten Sie prüfen, ob es sich um eine seriöse Bloggerin handelt. Achten Sie darauf, dass die Themen, über die sie schreibt, zu Ihnen passen, etwa Beauty, Lifestyle, Ernährung, Mode oder Ähnliches. Schauen Sie sich ihren Blog an und evaluieren Sie:

- Gefällt Ihnen der Schreibstil?
- Postet sie gute Fotos?
- Funktionieren alle Links?

Checken Sie auch die Präsenz der Bloggerin in den sozialen Medien: Instagram, TikTok, Meta, Pinterest, YouTube.

ZUSAMMENARBEIT FESTLEGEN

Entscheiden Sie sich für eine Zusammenarbeit, dann ist es wichtig, dass Sie vorab Vereinbarungen treffen:

- Sie dürfen den Artikel lesen und eine Freigabe erteilen, bevor er online geht.
- Legen Sie ein Datum fest, bis wann der Artikel spätestens erscheinen wird.
- Stellen Sie sicher, dass Sie den Artikel auch auf Ihren Kanälen posten dürfen, beispielsweise auf Meta.
- Legen Sie fest, dass sie Sie/Ihr Institut in den Storys und auf ihren Social-Media-Kanälen verlinkt.

Zusammenfassend bin ich klar der Meinung, dass es sicher eine sehr interessante Möglichkeit ist und Ihnen helfen kann, neue Kunden zu generieren – testen Sie es doch einmal aus!

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!

7 NAIL-TRENDS

Im Naildesign jagt ein Trend den anderen. Promis und Influencer machen vor, was Ihre Kundinnen jetzt auf den Nägeln tragen möchten. Die preisgekrönte Naildesignerin Beatrice Widmer stellt Ihnen im Folgenden sieben Trends vor, mit denen Sie Ihre Kundinnen garantiert begeistern werden – denn von dezent bis extravagant ist im Jahr 2023 alles angesagt.

Trends sind ein wichtiger Bestandteil unserer Gesellschaft. Sie geben uns Orientierung und ein Gefühl von Zugehörigkeit. In der Beauty-Branche haben Trends jedoch einen noch grösseren Einfluss, da sie massgeblich darüber entscheiden, welche Produkte erfolgreich sind und welche nicht. Die Branche reagiert schnell

auf diese Trends: Es werden neue Produkte und Techniken entwickelt und auf den Markt gebracht. Letztendlich bestimmen die Beauty-Trends somit auch das Angebot und die Nachfrage in unserer Branche. Doch wer gibt diese Trends vor?

Pantone ist hierbei ein wichtiger Player. Das Farbinstitut bestimmt seit dem Jahr 2000 die Trendfarbe des Jah-

res. Das Unternehmen wählt aufgrund verschiedener Faktoren, darunter globale Ereignisse, die Stimmung in der Gesellschaft, Strömungen und Entwicklungen in der Kultur und vieles mehr, jedes Jahr eine Farbe aus, die als repräsentativ betrachtet wird. Diese Farbe beeinflusst wiederum die Entscheidungen von Designern, Marken und Verbrau-



FOTO: SOFIA ZHURAVETC

chern in Bezug auf Mode, Interior-Design und andere Branchen.

Auch Prominente und Influencer spielen eine Rolle bei der Entstehung von Nageltrends. Wenn eine Berühmtheit einen neuen Look trägt, wird dieser oft von Fans und Nachahmern kopiert, das Design auf ihren Nägeln eingeschlossen. So können Nageltrends schnell viral gehen und sich über die sozialen Medien verbreiten. Man nehme das Beispiel aus dem vergangenen Jahr, als viele Frauen, insbesondere Bräute, nach den „Hailey Bieber Nails“, auch bekannt als „Glazed Donut Nails“, verlangten. Die Trends werden oft von Nailartisten aufgegriffen und weiterentwickelt, um einzigartige Designs zu kreieren.

In diesem Jahr sind die Trends besonders vielseitig. Aufgrund der gesellschaftlichen Entwicklung in den vergangenen Jahren ist der Wunsch nach Individualität und Kreativität immer grösser geworden.

Im Folgenden verrate ich Ihnen meine sieben absoluten Trendfavoriten für dieses Jahr.

1. TREND COLOR

Fangen wir klassisch an: Auch dieses Jahr hat Pantone die Farbe des Jahres gekürt. Im Frühling kommen deshalb wieder knallige Farben ins Spiel. Mit „Viva Magenta“ und „Digital Lavender“, die laut Pantone die absoluten Trendfarben im Jahr 2023 sind, werden Pink und Lila den Ton angeben. Ob als Fullcover oder als minimalistischer French: Die Farben werden in allen Variationen aufgetragen und gelten als Basisfarben für die Trends. Die Nailartisten werden mit diesen

Trendfarben spielen und unzählige Kreationen und Designs präsentieren. Kombinationen von Matt, Glanz oder Chrom, Streifen, Schnörkeln und Linien, all dies kann aus



2. POP ART

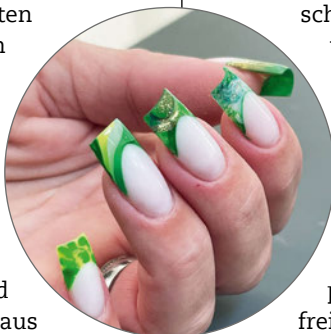
Der Trend geht bis in die 1950er-Jahre zurück. Seitdem gilt Pop Art als eine der bedeutendsten Kunstbewegungen des 20. Jahrhunderts und hat

bis heute grossen Einfluss auf die zeitgenössische Kunst. Dieser Trend erfindet sich seit Anfang dieses Jahres neu – auch auf den Nägeln wird er sich im Lauf des Jahres noch weiterentwickeln. Beim Pop-Art-Design wird der farbige Nagel mit einer schwarzen Farbe umrandet, was einen Schatten symbolisiert. Eine weisse Linie auf der Seite des Nagels über der schwarzen Umrandung simuliert eine Spiegelung. So schafft man den beliebten 2D-Effekt. Anfang des Jahres waren die Motive sehr schlicht, aber nun gibt es sie in allen möglichen Ausführungen, Variationen oder auch kombiniert mit Cartoons wie Mickey Mouse. Wichtig dabei ist ein mattes Finish am Schluss mit einem matten Topgel.

3. 3D-NAILS

Mein persönlicher Liebling für dieses Jahr sind die 3D-Nails. Sie werden lang, bunt und zeigen sich in verschiedenen Sonderformen

wie Coffin-, Stiletto- oder Almondnails. Mit diesen Formen können Naildesignerinnen und Naildesigner ihr Können zeigen und mit aussergewöhnlichen Designs punkten. Dabei wird der freie Nagelrand verlängert



MUSCULUS COSMETICS

Leidenschaftliche Beratung von Profis für Profis

- ♥ Familiäres Beautyhaus seit 1989
- ♥ Leidenschaftliche Expertinnen
- ♥ Fachkompetenz mit Herz
- ♥ Persönliche Beratung im Institut
- ♥ Keine Depotpflicht



musculus.ch

044 986 20 40 • info@musculus.ch

MALU WILZ DR. GRANDEL
GEFÜHLTE SCHÖNHEIT

arabesque
MY MAKE-UP COLORS

PHYRIS
SKIN CARE CONCEPT

OVER CLASS
O&F
FLOREALABORATOIRE



Gaube Permanent Make-up

und mit verschiedenen Farben ausgefüllt, um ein Inlay zu kreieren. Deshalb auch der Übername „French Twist“.

3D-Nails werden dieses Jahr mit dem samtigen Velvet aus dem Cat-Eye-Trend und dem metallischen Chromlook aus dem vergangenen Jahr kombiniert. Akkurates und genaues Arbeiten wird hier ganz grossgeschrieben. Je genauer die Linienführung ist, desto ausdrucksstärker werden die Motive. Wer diese Technik noch nicht ausprobiert hat, hat definitiv etwas verpasst. Probieren Sie es daher unbedingt aus. Es mag kein schnelles Design sein, ist aber definitiv immer ein Eyecatcher!



4. MICRO ODER GLASS FRENCH

French Nails sind der Klassiker und halten sich seit Jahren an der Spitze der beliebtesten Trends im Nagelstudio und werden es wohl auch in diesem Jahr bleiben. Jedoch ist gerade eine Variation sehr beliebt und wird die „Glazed Donut Nails“ aus dem vergangenen Jahr in der Hochzeitssaison vom Trendtreppchen stossen: der Minimalistic oder auch Micro French. Was ist Minimalistic French? Ein sehr dünnes und sehr diskretes French, getragen in Farbe oder dem klassischen Weiss! Wobei der Untergrund, also sprich das Nagelbett, dezent in einer natürlichen Farbe gehalten wird.

5. RED NAILS

Stars wie Selena Gomez oder Jennifer Lopez machen es vor: Das klassische Rot geht auch dieses Jahr! Ob kurz oder lang getragen: Rote Nägel sind romantisch, erotisch und komplettieren jedes Outfit und mit einem Hauch von Glitter sind



sie der Glam Star der Nacht. Hauptsache, präzise lackiert! Vorbereitung ist daher unbedingt nötig. Entfernen Sie die Nagelhaut gründlich und dehydrieren Sie den Nagel. Wenn Sie mit dem Pinsel aus der Flasche nicht klarkommen, können Sie auch mit einem flachen Katzenzungenpinsel lackieren. Der bietet meist mehr Kontrolle, und man kann somit näher an der Nagelhaut lackieren.

6. CHROM UND METALLIC NAILS

Ein Trend, der nicht neu, aber immer noch sehr beliebt ist unter den Naildesignerinnen, ist bekannt als „Chrom-Nails“. In diesem Jahr wird es ihn in vielen verschiedenen Variationen geben. Probieren Sie es aus: als Ombré- oder auch als Fullcover-Design. Beachten Sie, dass dieser extreme Chrom- oder auch Mirror-Effekt nur dann wirklich schön zur Geltung kommt, wenn der Untergrund komplett eben ist. Stellen Sie vor dem Auftragen des Pigments daher sicher, dass keine Dellen oder Kratzer sichtbar sind. Für ein perfektes Ergebnis den Nagel sorgfältig buffen. Danach tragen Sie entweder eine Basisfarbe auf oder belassen die Modellage so, wie sie ist. Applizieren Sie den Base Coat und lassen Sie ihn aushärten. Nun ist es wichtig, das Pigment in den noch „warmen“ Base Coat einzumassieren. Dies gelingt am besten mit einem Lid-schattenapplikator oder mit einem Silikon-Tool. Ein Top Coat macht den Chromeffekt über Wochen haltbar.



7. NUDE NAILS

Zum Klassiker gehören Nude Nails oder auch helle Milky Nails. Diese werden meist kurz im klassischen Square Look getragen

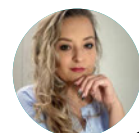
und können mit etwas Übung in der Non-filing-Technik erarbeitet werden. Das heisst: Es wird so exakt mit einem sich selbst glättenden, cremigen Gel gearbeitet, dass nach dem Modellieren kein oder nur minimales Nachfeilen nötig ist. Dies ist eine enorme Zeitersparnis für Kundin und Naildesignerin. Kombiniert mit schillernden Pigmenten, werden die Nu-

de Nails auch dieses Jahr wieder faszinieren. Kleine Blüten in der Aquarell- oder One-Stroke-Technik setzen den kurzen und perfekt manikürten Nagel optimal ins Rampenlicht. Hier ist ein zu üppiges Design definitiv fehl am Platz, denn eine so natürliche Modellage

wirkt dann plötzlich schwer und nicht mehr grazil. Das Wichtigste aber ist ein gepflegtes Aussehen. Also ermuntern Sie die Kundin zu einem zusätzlichen Peeling mit anschließender Maske, und erinnern Sie sie daran, dies auch zu Hause zu tun.

FAZIT

Ob classy mit der Pantone-Trendfarbe des Jahres 2023 „Viva Magenta“, crazy mit „Twisted French Nails“ oder sehr natürlich und kurz: Langweilig wird es auf keinen Fall! Falls Sie sich jetzt fragen, ob wir die ganzen Trends der vergangenen Jahre nun alle auf einmal wieder erleben? Zum Teil, ja. Es wird mehr als das, es gibt ein komplettes Upgrade für alle Nagelliebhaber. Das Gute an Nail-Trends ist: Es gibt kein Design und keine Farbe, die man nicht mit einem der Trends neu erfinden kann. Denn Nail-Ästhetik ist subjektiv – jeder und jede darf tragen, was gefällt. Viel Spass beim kreativen Austoben!



Beatrice Widmer

ist seit 25 Jahren leidenschaftliche und preisgekrönte Naildesignerin. In Workshops gibt sie ihr Wissen weiter und an der Dobi Beauty Academy verantwortet sie den Nail-Bereich.

SWISSGETAL



EFFEKTIVE PFLANZLICHE ZELLKOSMETIK

VITAMIN C BOOSTER FÜR DIE HAUT

Complex C Anti-Oxidant

- Anti-Aging
- Minimiert Altersflecken
- Wirkt gegen Unreinheiten und Akne



Die wichtigsten Inhaltsstoffe: Mit Vitamin C 5% Ascorbinsäure
Chondrus Crispus (Irish Moos) | Rotalge | Hyaluronsäure

www.swissgetal.ch

Beratung und Bestellung von gratis Mustern unter +41 31 312 36 06



GUTE ABWEHR – GESUNDE HAUT

Eine gesunde Haut lässt sich leicht erkennen: Sie ist glatt, hydriert und strahlend. Eine Haut mit geschädigter Hautbarriere dagegen ist trocken, dehydriert, empfindlich und neigt zu Rötung und Schuppung. Ob die Haut gesund oder geschädigt ist, entscheidet auch der Zustand der Hautbarriere.



FOTO: GENZ ANGELINA/SHUTTERSTOCK.COM

Die Haut erfüllt zwei grosse Funktionen gleichzeitig: Sie ist Abgrenzung und Schnittstelle nach aussen und gleichzeitig Abgrenzung und Schutz nach innen. Nach innen bewahrt uns die Haut vor dem Austrocknen, vor Stoss und Druck und sie umhüllt sozusagen unsere Seele, unser Innerstes.

Von aussen werden wir Tag für Tag mit einem wahren „Free-Radical-Cocktail“ aus UV-Strahlung, mit Krankheitskeimen (Viren und Bakterien) und mit Umweltbelastungen wie Pestiziden und Insektiziden traktiert. Natürlich gehören auch Abgase und Zigarettenrauch dazu. Ab und zu schrammen wir auch einmal an einer Hauswand vorbei und schürfen uns ein wenig Haut ab. Das macht deutlich: unsere Haut muss einiges aushalten.

HAUTSCHUTZ SICHERN

Damit sie dieser Aufgabe auch gerecht werden kann, muss die Haut selbst gut geschützt und versorgt sein. Dabei spielt die Hautbarriere eine besondere Rolle, denn diese bildet eine Art Verteidigungs- und Abwehrlinie. Diese Hautbarriere wird auch als Rein'sche Barriere bezeichnet. Sie ist ganz oben in der Epidermis direkt unter der Hautoberfläche angesiedelt

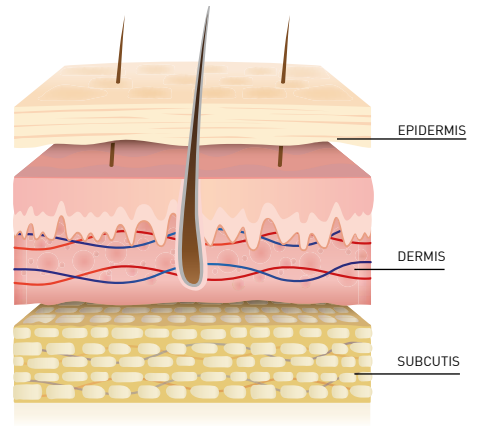
Cholesterin, Ceramiden und langkettigen Fettsäuren) und aus diversen Proteinen besteht. Der Vergleich zu einer Ziegelsteinmauer drängt sich geradezu auf: Ziegel = Korneozyten, Mörtel = Klebergemisch. Der Zellverband, hat nun folgende Aufgaben:

- Schutz vor Verdunstung von Feuchtigkeit
- Schutz vor Stoss, Druck, Reibung
- Schutz vor UV-Strahlung
- Schutz vor dem Eindringen von Fremdkörpern (zum Beispiel Viren, Bakterien, Pilzen)

So weit – so gut. Aber irgendetwas fehlt da doch noch, oder?!

Genau – der Hydrolipidfilm, also der Säureschutzmantel, der ein leicht saures Milieu auf der Haut produziert. Dieser Film besteht aus Schweiß, Hauttalg und organischen Säuren wie beispielsweise Milchsäure und Kohlendioxid. Den Hydrolipidfilm bezeichnet man auch gerne als das „Immunsystem der Haut“, denn zusammen mit der Rein'schen Barriere „entscheidet“ er, welche Stoffe in die Haut eindringen dürfen und welche nicht. Ein Bodyguard – im wahrsten Sinne des Wortes.

Nach all diesen Informationen ist es leicht einzusehen, dass sowohl Rein'sche Barriere als auch Hydrolipidfilm möglichst immer in exzellen-



Die Haut besteht aus drei verschiedenen Schichten: Oberhaut (Epidermis), Lederhaut (Dermis) und Unterhaut (Subcutis).

GESCHWÄCHTE HAUTBARRIERE

Probleme an unserem „Haut-Immunsystem“ können bei einer akneanfälligen Haut entstehen, da sich hier Bakterien gut vermehren können (Überangebot an Talg).

Eine schwächelnde Hautbarriere kann aber auch angeboren sein, beispielsweise bei Neurodermitis. Nicht zuletzt aber unser Lebensstil und die Gegebenheiten unserer Umwelt haben einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die Hautbarriere:

- Stress – hier wird die Haut schlechter mit Blut und damit mit Nährstoffen und Sauerstoff versorgt; dadurch verschlechtert und verlangsamt sich die Neubildung von Hautzellen, und freie Radikale können leichter angreifen!
- Unzweckmässige Hautpflege – hier sind die Übeltäter meist gut bekannt, zum Beispiel Mineralöle, zu starke/zu häufige Peelings, stark exfolierende Mikrofaser-Reinigungstücher und zu heisses Wasser.

Eine derart malträtierte Haut reagiert mit einem starken Spannungsgefühl (permanent) und wirkt rau, schuppig und sehr trocken; wird diese „Pflege“ weiter betrieben, können Rötungen, Juckreiz und Brennen die Folge sein.

MASSNAHMEN ZUR STÄRKUNG

Höchste Zeit, um zu reagieren! Denn bei einer falschen Hautpflege haben wir die Chance, die Haut wieder zur Regeneration anzuregen. Wir haben

„DEN HYDROLIPIDFILM BEZEICHNET MAN AUCH GERNE ALS DAS ‚IMMUNSYSTEM DER HAUT‘, DENN ZUSAMMEN MIT DER REIN’SCHEN BARRIERE ‚ENTSCHEIDET‘ ER, WELCHE STOFFE IN DIE HAUT EINDRINGEN DÜRFEN UND WELCHE NICHT.“

und ist je nach Körperregion zwischen 0,1 und 1 Millimeter dick. Im Grunde ist die Rein'sche Barriere „tot“ – denn sie setzt sich aus abgestorbenen Hautschüppchen und einer „Klebe“-Substanz zusammen, die aus verschiedenen Fetten (zum Beispiel

tem Zustand sein sollten. Ansonsten wird diese „Tür“ in unser Körperinneres immer durchlässiger. Bakterien, Viren und Pilze haben dann leichtes Spiel und können im Körper Entzündungen hervorrufen, die zu massiven Schädigungen führen können.



Nüsse, Lachs, Avocado und Leinöl liefern gesunde Fette.

hier zwei grundsätzliche Ansatzpunkte: Stärkung von innen und Stärkung von aussen. Sehen wir uns zunächst einmal die Stärkung von aussen an.

TIPPS FÜR DIE STÄRKUNG DER HAUTBARRIERE VON AUSSEN

- Die Reinigung sollte möglichst sanft und schonend (aber gründlich) erfolgen – ein Verzicht auf aggressive Tenside ist jetzt angezeigt.
- Auf keinen Fall sollten wir das Tonic nach der Reinigung vergessen, denn es ist der Mikroflora zuträglich, indem es den leicht sauren pH-Wert (pH = potentia hydrogenii) von durchschnittlich 5,5 wiederherstellt (laut Universität Hamburg kann dieser Wert zwischen 4 und 6,5 schwanken).
- Die Pflegecreme sollte aus hautidentischen Fetten bestehen, zum Beispiel Sheabutter, Jojoba- oder Avocadoöl. Auch Ceramide und Phospholipide sind geeignet, denn sie „imitieren“ die Doppelmembranstrukturen, die in unserer Haut vorhanden sind. Wenn die Haut gegen Akne kämpft, können Nachtkerzen- und Traubenöl helfen (sie gleichen das Linolsäuredefizit der Aknehaut aus).
- Auch auf die Feuchtigkeitzufuhr sollten wir achten – eine Extraportion davon, beispielsweise durch

Moisturizer wie Hyaluronsäure, Urea oder Aloe vera, dürfen gerne zum Einsatz kommen (vorzugsweise als Serum).

- Tägliches Baden oder Duschen (vielleicht sogar mit heissem Wasser) sind der Hautbarriere eher abträglich. Eine Dusche mit lauwarmem Wasser (circa drei Mal pro Woche) ist meist völlig ausreichend, und auch das tägliche Waschwasser sollte nur lauwarm sein. Sollte es im Sommer sehr heiss sein, reicht es oft schon, zwar täglich zu duschen, aber nur jeden zweiten Tag ein sanftes Duschgel zu verwenden.
- Wenn man Reinigungstücher verwendet, dann am besten nur in sanfter Qualität oder den guten, altbewährten Baumwollwaschlappen (der natürlich täglich gewechselt wird).
- Im Winter darf es für die Hautbarriere gerne auch etwas „mehr“ sein – bei extremer Kälte oder eisigem Wind bewährt sich eine gute Cold-Cream.
- Auf Duft- und Inhaltsstoffe wie Silikonöle, Mineralöle sowie synthetische Emulgatoren sollten wir besser ganz verzichten.
- Auch stark alkoholhaltige Pflegepräparate sind eher ungeeignet. Unglücklicherweise kommt Alkohol als gutes Konservierungsmittel

oft in Naturkosmetik zum Einsatz – aber er trocknet die Haut häufig stark aus.

- Milch- oder Glykolsäure balancieren die Hautflora gut aus – denn sie säuern die Haut an, und die Produktion von hauteigenen, antimikrobiellen Peptiden wird angeregt.

TIPPS FÜR DIE STÄRKUNG DER HAUTBARRIERE VON INNEN

Wenden wir uns nun der Stärkung von innen zu:

- Der Mensch ist eine wandelnde Pfütze – deshalb ist eine ausreichende Trinkmenge pro Tag (über-) lebenswichtig!
- Vermeiden wir Stress, wo immer wir können, und sorgen wir für beruhigenden Ausgleich, beispielsweise durch Spaziergänge in der Natur, durch Yoga oder Meditation.
- Auch die Aufnahme gesunder Fette über die Nahrung hilft der Hautbarriere: Nüsse, Lachs, Avocados, Leinöl und Co. sind hier eine gute Wahl. Am besten ernähren wir uns sowieso mit saisonalen/regionalen Lebensmitteln (möglichst in Bioqualität).
- Gutes Fisch- oder Algenöl (ein Esslöffel pro Tag) stärkt die Hautbarriere von innen und wirkt regulierend auf die Talkproduktion.
- Auch das Spurenelement Silicium ist ein starker Helfer – gerade wenn es um die Bindung von Feuchtigkeit in der Haut geht. Wir finden Silicium zum Beispiel in Kartoffeln, Hafer, Hirse, aber auch in Brennnesseln und Zinnkraut.

Nutzen wir doch die Gaben der Natur! Wenn wir diese Tipps beherzigen und unserem Körper wohlwollend gesonnen sind, dann wird auch die Hautbarriere (bald wieder) ihren wichtigen Aufgaben gerecht werden können!



Claudia Gesang

Die Autorin ist gelernte Industriekauffrau, Kosmetikerin und Heilpraktikerin für Psychotherapie. Sie schreibt, textet, korrigiert und recherchiert als freiberufliche Auftragsautorin im Kosmetik- und Wellnessbereich.
www.claudia-gesang-balance.de

MEDICAL BEAUTY



1

2



3



4

5



1 MESOESTETIC Die „bodyshock“-Linie wird von zwei Neuheiten ergänzt: Das „detox powder“ ist ein Nahrungsergänzungsmittel in Pulverform mit Artischocken-, Löwenzahn- und Birkenextrakt sowie Cholin und Kurkuma zur Entgiftung des Körpers. Hartnäckigen Fettpölsterchen soll die „lipactive solution“ den Garaus machen. Das flüssige Nahrungsergänzungsmittel enthält L-Carnitin, Ginseng, Cholin, Centella Asiatica und Bitterorangenextrakt. Es schmeckt nach Grapefruit, ist vegan und ohne Zuckerzusatz. Tel. 041 768 80 80, www.swissestetic.ch **2 SKEYNDOR** Das System „Megan“ verspricht Regeneration für die Haut in drei Schritten. Das Gerät vereint die drei Techniken Hi-Freq, Dermaboost und Deep RGB in einem Multibehandlungsgerät, das zusammen mit abgestimmten Kosmetikprodukten laut Hersteller eine wirksame Synergie erzeugen und sichtbare und lang anhaltende Ergebnisse schaffen soll. Tel. 044 772 22 76, www.skeyndor.ch **3 LPG®** Die „Soothing Filler Gel-Cream“ ist eine Neuheit aus der Produktreihe „endermocell“. Die Gesichtspflege hat das Ziel, die Hautzellen je nach Bedarf zu stimulieren. Die Kombination aus Technologie und Natur soll die Haut verdichten und sie praller, glatter sowie geschmeidiger wirken lassen. Tel. 078 840 76 51, www.endermologie.com/de **4 DR. DUVE** Seit April gibt es das „active anti cellulite treatment“, das mit hautstraffenden Wirkstoffen aus Seemandelbaumblättern, schwarzem Holunder und Kastanien für mehr Spannkraft und Elastizität der Haut sorgen soll. Koffein regt die Durchblutung an und fördert den Abbau von Fettzellen. Pro Vitamin B5 spendet Feuchtigkeit und glättet. www.doctor-duve.com **5 PERRON RIGOT** Eine neue Produktkollektion fokussiert sich auf zwei Themen: die Verlangsamung des Haarwachstums nach dem Waxing und die Bekämpfung von eingewachsenen Haaren. Die Kollektion umfasst zwei Seren, zwei Bodylotions sowie einen Deodorant. Bei den Formulierungen wird auf Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs Wert gelegt. Tel. 062 855 22 22, www.dobi.ch



DOSSIER

SOMMER SONNE SUPERHAUT

Jede Kundin freut sich auf die ersten Sonnenstrahlen! Doch wie immer heisst es: Vorsicht ist die Mutter der Porzellanhautkiste, denn gerade die UV-Strahlung macht der Haut stark zu schaffen. Welche Treatments Sie anwenden sollten und was es Neues beim Sonnenschutz gibt, lesen Sie auf den kommenden Seiten.

LICHTSCHÄDEN MINIMIEREN

Jahrelange UV-Strahlen-Exposition führt zu Lichtschäden der Haut, insbesondere an den Sonnenterrassen des Gesichts, aber auch an Hals, Dekolleté und Händen. Welche Treatments helfen können, erklärt Ihnen Kosmetikerin und Heilpraktikerin Susanne Pfau.



Photoaging, die lichtbedingte Hautalterung, ist als Hauptursache der (extrinsischen) Hautalterung anzusehen. Man spricht auch von Photodamage, Dermatoheliosis oder – zu Deutsch

– vorzeitige Hautalterung, bedingt durch UV-Strahlung. Allerdings ist dies nicht sofort zu sehen, sondern erst nach 20 bis 30 Jahren. Man spricht heute auch gerne von der Lebenszeitdosis an UV-Strahlung, da-

mit sind also die gesamten Zeiten der UV-Exposition während des Lebens gemeint.

Natürlich hat die Sonne auch positive Effekte, insbesondere für die Vitamin-D-Synthese, aber auch für die

Psyche. Viele Menschen freuen sich, wenn nach den dunklen Wintertagen endlich mehr Sonne zu sehen ist, und geniessen es, dann im Freien zu sein. Generell ist es gut möglich, sich draussen aufzuhalten und der UV-bedingten Hautalterung trotzdem vorzubeugen. Tagespflegen mit Lichtschutz, das Meiden der Mittagssonne und auch Sonnenhüte sind einfache und gute Wege, dies zu tun.

DIE EXTRINSISCHE HAUTALTERUNG

Diese Form der Hautalterung ist exogen, also durch äussere Faktoren bedingt, und lässt sich daher auch beeinflussen – dies macht es für die Kosmetik auch besonders interessant!

Zu den massgeblichen Faktoren zählen UV-Strahlung, also Sonne, aber auch Rauchen, Stress und Schlafmangel. Die Ernährung und das Trinkverhalten haben hier ebenso Einfluss wie die täglichen Pflegegewohnheiten der Kundin.

Es zeigt sich hier ein eher heterogener (ungleichmässiger) Verlauf, insbesondere an den sonnenexponierten Arealen. Wenn man an die Zeiten zurückdenkt, in denen viele wie die

Brathähnchen am Strand lagen – heute fast unvorstellbar, so sieht man bei vielen Sonnenanbetern aus dieser Zeit auch eine deutlich geschädigte Haut. Böse Zungen sprechen hier von „gegerbtem Leder“ – nicht immer ist die Haut so stark geschädigt, aber auch leichte Lichtschäden lassen sich oft eindeutig auf das Verhalten der Kundin zurückführen, etwa frühere, regelmässige Besuche im Solarium. Wissenschaftlich belegt ist heute, dass das sogenannte Photoaging (Photodamage) einen der Hauptgründe für die Hautalterung darstellt. Es bilden sich schlimmstenfalls aktinische Keratosen als Hautkrebsvorstufen, kennzeichnend sind auch Pigmentunregelmässigkeiten und Hyperkeratosen.

Weitere typische Anzeichen für die UV-geschädigte Haut sind:

- Pigmentstörungen und generell eine fleckige Haut, ausserdem ein meist starker Elastizitätsverlust.
- Sehr tiefe, grobe Falten, die nicht der Mimik folgen, das heisst, da, wo durch die Mimik etwa Querfalten zu erwarten sind, fällt die Hautoberfläche dennoch in Längsfalten. Ich beschreibe es immer so, als wäre auf der Hautoberfläche eine „zweite Haut“, die sehr runzelig ist und die keine direkte Verbindung zur eigentlichen Haut erkennen lässt. Diese Beschreibung ist natürlich – rein sachlich betrachtet – falsch, aber für die Vorstellung doch recht anschaulich.
- Des Weiteren kommt es zu Hyperkeratosen, also übermässig verhornten Arealen. Daher ist somit der Anteil der toten Zellen in der Haut auch recht hoch, als Folge sieht die Haut fade aus.
- Auch Teleangiektasien können entstehen, da die UV-Strahlung die Erweiterung und Verdrehung der feinen Gefässe fördert.

ABER WAS PASSIERT DENN NUN GENAU IN DER HAUT?

In erster Linie kommt es zu oxidativem Stress. Darunter versteht man ein hohes Aufkommen an reaktiven Sauerstoffverbindungen. Diese reaktiven Sauerstoffspezies, kurz ROS (re-

active oxygen species), werden auch als freie Radikale bezeichnet. Hierzu gehören unter anderem das Hyperoxid-Anion und das Hydroxyl-Radikal. Generell lässt sich sagen, dass freie Radikale sehr reaktionsfreudig sind, da sie mindestens ein freies/ungepaartes AussenElektron haben. Auch unter normalen Stoffwechselvorgängen entstehen diese ROS, etwa als Nebenprodukt der Zellatmung. Aber auch UV-Strahlung kann die Bildung von freien Radikalen massgeblich begünstigen.

Freie Radikale spielen für verschiedene Vorgänge im Körper eine wichtige Rolle, im Bereich der Haut besonders bei der Alterung. Die freien Radikale zerstören durch die Oxidation Zellbausteine, Proteine, DNA und Phospholipide. Dies führt wiederum zu einer Kettenreaktion, denn es entstehen wieder neue freie Radikale.

Ausserdem ist durch UV-Strahlung eine Enzymgruppe sehr aktiv an der Zerstörung der kollagenen und elastinen Fasern beteiligt: die MMPs (Matrix-Metalloproteasen). Diese MMPs werden durch oxidativen Stress verstärkt freigesetzt.

In der Haut kommt es zu folgendem Szenario: Die MMPs sind Peptidasen (bestimmte Enzyme), die die Kollagenfasern wie eine Schere zerschneiden. Es kommt zur sonnengeschädigten Haut mit typisch lediger Oberfläche, wenig Elastizität und tiefen Falten in schlaffem Gewebe.

BEHANDLUNGSMÖGLICHKEITEN

Als Behandlungsmöglichkeiten für freie Radikale und deren Auswirkungen bietet es sich an, ihnen auf natürliche Weise entgegenzutreten: mit Antioxidantien. Dies sind Stoffe, die Radikale „fangen“ und so eine Oxidation durch diese verhindern. Daher werden sie auch als Radikalfänger bezeichnet.

Im Kosmetikinstitut gibt es mehrere Möglichkeiten, die sonnengeschädigte Haut zu behandeln:

- Peelings mit Fruchtsäuren, um die Hauterneuerung anzuregen
- Microdermabrasion für eine feinere Hautoberfläche und zur Vorbereitung der Wirkstoffaufnahme

Welche Strahlen der Sonne sind für die Haut relevant?

UV-Licht hat unterschiedliche Strahlen, für uns besonders relevant sind die UV-A- und UV-B-Strahlen.

UV-A:

- 320 bis 400 Nanometer
- sind verantwortlich für die Hautalterung
- begünstigen die Entstehung freier Radikale
- aktivieren die Matrix-Metalloproteasen (MMP)

UV-B:

- 280 bis 320 Nanometer
- sind verantwortlich für den Sonnenbrand
- können das Erbgut schädigen

Kalkulation Behandlungsvorschlag 1

ARBEITSSCHRITTE	KOSTEN
Doppelreinigung	1,04 CHF
Fruchtsäure-Peeling	3,58 CHF
Mikrodermabrasion	25,00 CHF
Tonisieren	0,40 CHF
Wirkstoffzufuhr Ampulle oder Serum	5,56 CHF
Massage mit Wirkstoffcreme	5,24 CHF
Augenpads/Pflege	0,50 CHF
Algenmodellage	9,78 CHF
Anschlusspflege mit UV-Schutz	0,74 CHF
Materialeinsatz:	51,84 CHF
Empfohlener Dienstleistungspreis (Arbeitszeit kalkuliert mit 2 CHF/Min.)	170,00 CHF
Preisempfehlung	225,00 CHF

Kalkulation Behandlungsvorschlag 2

ARBEITSSCHRITTE	KOSTEN
Doppelreinigung	1,04 CHF
Fruchtsäure-Peeling	3,58 CHF
Tonisieren	0,40 CHF
Wirkstoffzufuhr Ampulle oder Serum	5,56 CHF
Ultraschallgel	2,06 CHF
Ultraschall	25,00 CHF
Massage mit Wirkstoffcreme	3,24 CHF
Maske mit Stammzellen	9,00 CHF
Anschlusspflege mit UV-Schutz	1,11 CHF
Materialeinsatz:	50,99 CHF
Empfohlener Dienstleistungspreis (Arbeitszeit kalkuliert mit 2,00 CHF/Min.)	160,00 CHF
Preisempfehlung	215,00 CHF

- Apparative Anwendungen, wie Ultraschall oder Radiofrequenz
- Microneedling zur Regenerationsförderung

BEHANDLUNGSABLÄUFE

1. Anti-Aging-Behandlung mit dem Fokus auf Hauterneuerung und Aktivierung:

- Bei dieser Behandlung werden natürlich Anti-Aging-Präparate verwendet.
- Starten Sie mit einer hautspezifischen Doppelreinigung und tragen

Sie nach einer kurzen Hautdiagnose ein Fruchtsäure-Peeling auf.

- Danach beginnen Sie mit der Mikrodermabrasion (je nach Hersteller/Gerät die Spezifikationen beachten!).
- Danach wird tonisiert, und es folgt die Wirkstoffzufuhr.
- Sanft klopfend wird die Ampulle eingearbeitet.
- Im Anschluss folgt die Massage mit einer Wirkstoffcreme.
- Danach bitte nichts abnehmen, sondern gleich Augenpflege und

Pads auflegen und die Modellage anrühren und zügig auftragen (Einwirkzeit ca. 20 Minuten).

- Danach können die Überschüsse mit wenigen Kompressen abgenommen werden.
- Es folgt die Tagespflege mit UV-Schutz.

2. Anti-Aging-Behandlung mit dem Fokus auf Hauterneuerung und Aktivierung, besonders für die extrinsisch gealterte Haut zu empfehlen:

- Starten Sie mit einer hautspezifischen Doppelreinigung und tragen Sie nach einer kurzen Hautdiagnose ein Fruchtsäure-Peeling auf.
- Nach der kurzen Einwirkzeit von drei bis sieben Minuten wird mit kühlen Kompressen neutralisiert.
- Danach wird tonisiert, und es folgt die Wirkstoffzufuhr.
- Sanft klopfend wird das Serum eingearbeitet.
- Dann wird ein Ultraschallgel aufgetragen und das komplette Gesicht, Hals, Dekolleté mit Ultraschall behandelt.
- Danach erfolgt eine anregende Massage mit einer Wirkstoffcreme.
- Jetzt können die Überschüsse mit wenigen Kompressen abgenommen werden.
- Den Abschluss bildet eine Maske mit Stammzellen.
- Im Anschluss folgt die Tagespflege mit UV-Schutz.



Susanne Pfau

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

IST TITANDIOXID ALTERNATIVLOS?

Titandioxid wurde im August 2022 in Lebensmitteln verboten, da eine karzinogene Wirkung nicht völlig ausgeschlossen werden kann. Seitdem sind Ersatzstoffe für das Pigment, unter anderem in Kosmetika, Arzneimitteln und Dispersionsfarben, im Gespräch. In Sonnenschutzmitteln spielt Titandioxid immer noch eine dominante Rolle als Alternative zu den chemisch-synthetischen Filtern.



FOTO: MAREVONNA/SHUTTERSTOCK.COM

Sowohl die Aufnahme von Titandioxid (E171) über die Lunge als auch die Resorption über den Magen-Darm-Trakt wird von der European Food Safety Authority (EFSA) als nicht mehr sicher und potenziell krebserzeugend eingestuft. Dem hat sich das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) angeschlossen. Die mögliche Resorption war das Kriterium für das Verbot in Lebensmitteln durch die Europäische Kommission im Jahre 2022. Der Europäische Gerichtshof hat allerdings vor Kurzem die Einstufung von TiO_2 in Pulverform seitens der EU-Kommission als „krebserzeugend“ für nichtig erklärt.

Inwieweit die vom Körper aufgenommenen Mengen für eine Karzinogenese bei Menschen tatsächlich relevant sind, lässt sich aus den gegenwärtig vorliegenden Daten abschliessend nicht beurteilen. Obwohl in Bereichen ausserhalb von Lebensmitteln noch keine weiteren Verbote in Aussicht stehen, hat die Andeutung von Risiken jedoch dazu geführt, bereits präventiv über einen zukünftig notwendigen Ersatz nachzudenken. Denn in die Lunge gelangen auch Aerosole aus Haarstyling-Druckdosen und Farbnebel beim Versprühen von Dispersionsfarben.

NANO- VERSUS NICHT NANO-SKALIGES PIGMENT

Die Aufnahme von Titandioxid aus Sonnenschutzmitteln durch die Haut wurde bereits diskutiert, solange es sich noch um den Einsatz von Nanodispersionen handelte, die mittlerweile aber vollständig vom Markt verschwunden sind. Dagegen ist das nicht nanoskalige Pigment für diesen Zweck weiterhin im Gebrauch.

KEIN UNIVERSELLER ERSATZ

Dem Risiko in Lebensmitteln gleichzusetzen ist die Verwendung des Hilfsstoffes in Lippenstiften, Zahnpasten und dekorativen sowie vor Licht schützenden Überzügen von Tabletten, Hart-, Weichgelatinekapselformen und anderen pharmazeutischen Produkten. Sie werden unabsichtlich oder willentlich verschluckt.



Sonnenschutzmittel mit Zinkoxid neigen dazu, auf der Hautoberfläche Säuren zu binden und damit die Barriere zu stören.

Seine Eigenschaften als Weisspigment mit dem Code CI 77891 (CI = Color Index) bei gleichzeitig hoher Stabilität gegenüber den anderen Stoffen, mit denen es zusammen in Mischungen verwendet wird, machen den universellen Ersatz von Titandioxid derzeit praktisch unmöglich. Daher kommen je nach Zielsetzung verschiedene Stoffe infrage. Neben einigen biologisch abbaubaren, organischen Vertretern handelt es sich bei den meisten Ersatzstoffen um anorganische Pigmente.

BIOLOGISCH ABBAUBARE STOFFE

Soweit es im Lebensmittelbereich um pulverförmige Produkte geht, die als solche verzehrt oder weiterverarbeitet werden, liegt es nahe, verdauliche weisse Naturstoffe zu verwenden. Es bieten sich Polysaccharide wie Stärke aus Weizen, Reis oder Bambus und deren Derivate an. Polysaccharide sind allerdings mehr oder weniger auf pulvrige Lebensmittel und kosmetische Puder beschränkt – inklusive Zwischenprodukten, die ansprechend aussehen sollen, aber der Weiterverarbeitung dienen. Die optischen Qualitäten reichen jedoch nicht an die des Titandioxids heran. Auch kann die von der Luftfeuchte

abhängige Klebrigkeit von Nachteil sein. Ein Vorteil der Stärken gegenüber nicht abbaubaren anorganischen Pigmenten ist allerdings das wesentlich geringere Risiko einer von der Teilchengrösse abhängigen Lungenfibrose durch Stäube und der damit verbundenen möglichen Karzinogenese.

STÄUBE

Die Gefährdung durch Stäube ist dann relevant, wenn die Lunge in speziellen Arbeitsbereichen einer länger andauernden, ständigen Belastung ausgesetzt ist, beispielsweise in der Produktion, im Baugewerbe und im Bergbau. Das trifft auf die sporadische Verwendung von kosmetischen Pudern im Alltag in der Regel nicht zu. Nichtsdestotrotz gehen die Bestrebungen dahin, auch geringe Risiken zu eliminieren. Ein Beispiel ist der Verzicht in Pudern auf Talkum (CI 77718), das Asbestanteile enthalten kann.

Mitunter hängt es von den Kristallmodifikationen ab, ob und wie stark fibrogen ein Stoff wirkt und wie gut er in der Lunge abbaubar ist. Das Verschlucken, zum Beispiel bei der Verwendung von Lippenstiften, ist dagegen bei durchweg allen anorganischen Pigmente kein Problem.

Giftige Stoffe wie das früher verwendete Bleiweiss (CI 77597), eine Verbindung aus Bleicarbonat und Bleihydroxid, wurden in die Verbotsliste der Kosmetikverordnung (KVO) aufgenommen.

ANORGANISCHE PIGMENTE

Bei topischer Anwendung von Pigmenten in Form von Pudern ist die Reaktion mit Hautbestandteilen zu beachten. Calciumcarbonat (CI 77220; INCI: Calcium Carbonate), Magnesiumcarbonat (CI 77713; INCI: Magnesium Carbonate) sowie in geringerem Ausmass Magnesiumoxid (INCI: Magnesium Oxide) und das zuweilen in Sonnenschutzmitteln vorkommende Zinkoxid (CI 77497; INCI: Zinc Oxide) neigen dazu, auf der Hautoberfläche Säuren zu binden und damit die Barriere zu stören.

Die Folgen sind trockene Haut und bei extensiver Verwendung ekzematöse Erscheinungen. Bei der Verarbeitung dieser Verbindungen in Cremes muss darüber hinaus mit chemischen Instabilitäten gerechnet werden, da Triglyceride, etwa aus nativen Ölen, und andere Fettsäureester angegriffen werden.

Während die Carbonate und Oxide wasserunlöslich sind, hat Calciumsulfat (CI 77231; INCI: Calcium Sulfate) eine geringe Wasserlöslichkeit und kann so die Hautbarriere noch leichter angreifen. Dabei werden destruktive Kalkseifen gebildet. Ein Grund übrigens, im Institut bei Verwendung calciumsulfathaltiger, erhärtender Gesichtsmasken möglichst eine öl- oder fetthaltige Trennschicht zwischen Haut und Maskenmasse einzuplanen.

Die Giftigkeit eines Elements wie Barium ist ebenfalls von seiner Wasserlöslichkeit abhängig. So sind lösliche Bariumsalze in der Kosmetik generell verboten, während das völlig wasserunlösliche Bariumsulfat (CI 77120; INCI: Barium Sulfate) ohne Einschränkung verwendet werden kann. Daher kann es auch als orales Röntgenkontrastmittel eingesetzt werden. Verbotene giftige Elemente wie das Schwermetall Blei können spurenweise in anderen Pigmenten vorkom-

men und sind so lange unkritisch, wie sie fest gebunden sind. Das ist typisch für natürliches Kaolin (CI 77005; INCI: Kaolin), einen Rohstoff für die Porzellanindustrie („Porzellanerde“), der sowohl als Pigment als auch Füllstoff, unter anderem in der Kosmetik, Verwendung findet. Hier spricht man von zwar unerwünschten, aber technisch nicht vermeidbaren und gesundheitlich unbedenklichen Gehalten.

Der Gesetzgeber schreibt nur vor, dass bei unterschiedlicher Provenienz die Qualität mit dem niedrigsten Schwermetallgehalt einzusetzen ist. Kaolin ist in Make-up-Präparaten und Enzym-Peeling-Masken enthalten. Zu ähnlichen Zwecken dient mineralischer Glimmer (INCI: Mica), ein Perlglanzpigment, das gegebenenfalls mit Siliciumdioxid („Kieselsäure“) überzogen („gecoatet“) ist.

Siliciumdioxid, in seiner Cristobalit-Modifikation, zeichnet sich durch hohe Farbsättigung und Reflexion aus. Das Pigment wird unter anderem in Zahnersatz, Dichtstoffen und Feinputz verarbeitet. Es hat wie andere Silicate, insbesondere Aluminosilicate, den Nachteil eines hohen Fibrosepotenzials. In diesem Fall spricht man von einer „Silikose“. Dementsprechend gibt es detaillierte Schutzvorschriften für den Umgang mit Cristobalit und Quarzstäuben allgemein.

WEITERE PIGMENTE

Eine lange bekannte Mischung von Bariumsulfat und Zinksulfid ist Lithopone, das in eher technischen Bereichen verwendet wird, wobei Zinksulfid (INCI: Zinc Sulfide) im CosIng-Register der kosmetischen Inhaltsstoffe als Mittel zur Haarentfernung registriert ist.

Daneben existiert noch eine Reihe weiterer Stoffe, die in der Kosmetik verwendet werden können, darunter Bornitrid (INCI: Boron Nitride), Bismutchloridoxid (CI 77163; INCI: Bismuth Chloride Oxide).

Als Weisspigment für Flüssigputze und Dispersionsfarben ist noch das Calciumaluminiumsulfat (Satinweiss) sowie für den Arzneimittelbereich das Dicalciumphosphat als in

der Regel suboptimale Titandioxid-Alternative zu nennen.

DECKKRAFT

Neben gesundheitlichen und ökologischen Aspekten der Ersatzstoffe sind letztendlich die von einem möglichst hohen Brechungsindex abhängige Deckkraft und die damit verbundene geringere Schichtdicke der Weisspigmente von entscheidender Bedeutung für die dekorative Kosmetik und den Sonnenschutz.

Die aufgeführten Ersatzstoffe müssen durchweg in wesentlich höherer Konzentration als Titandioxid eingesetzt werden oder taugen wie das Calciumcarbonat allenfalls als Füllstoffe. Bei technisch passenden Alternativen wie dem Zirkondioxid (CI 77990) ist der hohe Preis das Ausschlusskriterium. Ein wirklich brauchbarer Ersatz von Titandioxid in der Kosmetik ist daher bislang nicht in Sicht.

NACH WIE VOR TITANDIOXID

Bei Dispersionsfarben hat man sich darauf geeinigt, Produkte, die nach wie vor Titandioxid enthalten, mit Warnhinweisen zu versehen, wenn sie mehr als ein Prozent Titandioxid enthalten. Ausserdem wird auf die potenziell kanzerogene Wirkung und Vorsichtsmassnahmen hingewiesen, die bei der Verwendung einzuhalten sind. Die Deklaration gilt auch für feste, pulverförmige Produkte mit Teilchengrössen von ≤ 10 Mikrometer.



Dr. Hans Lautenschläger

Der promovierte Chemiker ist seit 1998 geschäftsführender Gesellschafter der Koko Kosmetikvertrieb GmbH & Co. KG und spezialisiert auf die Entwicklung, die Herstellung und den Vertrieb physiologischer Hautpflegemittel.

AFTER SUN GLOW

Einen gebräunten, strahlenden Teint lieben wir, denn er lässt die Haut frisch aussehen und kann kleine Unebenheiten kaschieren. Allgemein gilt gebräunte Haut in den westlichen Industrienationen seit rund hundert Jahren als schön und erstrebenswert.

Doch was können Sie tun, um der Haut möglichst lange den Glow zu erhalten?



Psychologische Studien haben gezeigt, dass zahlreiche positive Eigenschaften mit einer gebräunten Haut assoziiert werden, beispielsweise Attraktivität, Gesundheit sowie Sexappeal^[1,2].

Der Wunsch nach einer gebräunten Haut birgt jedoch auch Risiken. Eine 2019 publizierte Studie konnte nachweisen, dass Menschen, die sich ausschliesslich bräunen, um ihre Attraktivität zu steigern, ein erhöhtes Risiko haben, Hautkrebs zu entwickeln^[3]. Dennoch und gerade deshalb ist es wichtig, die Haut in den warmen Monaten richtig zu unterstützen, um lange einen schönen Glow zu erhalten. Denn nach einem Urlaub oder nach einem schönen Sonnenwochenende verschwindet der schöne Glow schnell wieder. Häufig wirkt die Haut dann fleckig und trocken, während der Teint mehr und mehr verblasst.

Das ist aus kosmetikwissenschaftlicher Sicht leicht zu erklären, denn für unsere Haut ist die schönste Zeit im Jahr purer Stress. Neben den negativen Auswirkungen der Sonne auf die Haut trocknen häufiges Baden, Salzwasser oder Chlor die Haut aus. Lipide und natürliche Feuchthaltefaktoren werden regelrecht ausgespült. Die Folge ist eine feuchtigkeitsarme Haut mit einer gestörten Barrierefunktion. Auch Schwitzen kann sich negativ auf unsere Haut auswirken.

Grundsätzlich ist Schwitzen eine wesentliche Massnahme des Körpers, um den Wärmehaushalt auszugleichen. Kurzfristig kann es jedoch zu einem Verlust an Flüssigkeit und Salzen führen, was sich in einer geröteten Haut äussert, die spannt und faltig wirkt^[4]. Die ideale kosmetische Pflege besteht daher in den warmen Monaten aus einer leichten Textur mit Wirkstoffen, die die Haut effektiv mit Feuchtigkeit versorgen und sie dehydrieren.

AFTER-SUN-BEHANDLUNG

Nach jedem noch so kleinem Sonnenbad sollte die Haut am ganzen Körper von Schmutz und Sonnencremeresten zunächst befreit und im Anschluss intensiv gepflegt werden. Dies gilt nicht nur dann, wenn sichtbare Reizungen wie eine gerötete Haut vorhanden sind, da unsere Haut bereits nach circa 30 Minuten Aufenthalt in der Sonne auf Hochtouren arbeitet. UV-bedingte Hautschäden sind häufig erst nach Jahren in Form

von unschönen Altersflecken und Falten sichtbar.

Optimale After-Sun- oder „Glow-Protection“-Wirkstoffe sind intensive Feuchtigkeitsspende, die die Haut beruhigen und regenerativ wirken. Der populärste Wirkstoff ist sicherlich Aloe vera. Neben ihrer feuchtigkeitsspendenden Wirkung bringt Aloe vera hautberuhigende, entspannende, juckreizlindernde Eigenschaften mit und kühlt die Haut.

OPTIMALE HAUTVERSORGUNG

Hoch konzentriertes oder reines Aloe-vera-Gel (97,5 Prozent) zeigt auch entzündungshemmende Eigenschaften, die gemäss einer Untersuchung von 2008 sogar wirksamer sind als einprozentiges Hydrokortison^[5]. Daher wird Aloe-vera-Gel auch pur lokal bei leichten UV-induzierten Erythemen, also einem Sonnenbrand, empfohlen. In Sonnenschutzcremes kann Aloe vera hingegen ausschliesslich feuchtigkeitsspendend wirken, da es keine schützende Wirkung gegenüber der UV-Strahlung hat^[6]. Das B-Vitamin Panthenol gilt ebenfalls als effektives Feuchthaltemittel. Aufgrund seiner Eigenschaften hat es die Fähigkeit, leicht das Stratum corneum zu penetrieren und so die Haut mit Feuchtigkeit zu versorgen. Zudem zeigen Studien, dass es nachweislich die Hautbarriere stärkt, Juckreiz mindert, entzündungshemmend wirkt und Hautrötungen lindert. Ferner trägt es zur Neubildung der Zellen bei und fördert so die Regeneration der Haut^[7].

GET THE GLOW

Um sich lange einen schönen Glow zu bewahren, ist es essenziell, die hauteigenen Reparaturmechanismen mittels kosmetischer Wirkstoffe zu unterstützen. Die wichtigsten Vertreter sind Ectoin und Photolyase. Ectoin ist ein von bestimmten Bakterien zum Schutz gegen Trockenheit und UV-Strahlung gebildetes Aminosäurederivat. In klinischen Studien konnte gezeigt werden, dass es den Transepidermalen Wasserverlust sowie Hautrötungen mindert^[8]. Zudem spendet es Feuchtigkeit und verfügt

über eine stabilisierende Wirkung auf die Zellmembranen sowie über eine schützende Wirkung auf Proteine gegenüber sommerlichen Stressfaktoren wie Hitze und Strahlung^[9]. Photolyase ist ein Enzym, das aus der Blaualge gewonnen wird. Es wirkt nachweislich UV-B-induzierten Schäden in der Haut entgegen. So konnte in Studien gezeigt werden, dass durch UV-B verursachte Veränderungen an der DNA so weit regeneriert werden können, dass die Entstehung einer Sonnenbrandreaktion oder eine Schwächung des epidermalen Immunsystems verhindert beziehungsweise reduziert werden kann^[10]. Aber auch klassische Antioxidantien wie Vitamin C und E wirken Sonnenschäden in der Haut entgegen^[11]. So wirkt Vitamin E beispielsweise stabilisierend auf die Hautbarriere und schützt dadurch vor lichtbedingter Hautalterung^[12].

PEELING GLOW

Neben der intensiven Pflege sind Peelings ein absolutes Muss, um einen schönen Sommer-Glow zu erhalten. Dabei haben viele Kunden Angst, sich mithilfe eines Peelings die schöne Sommerbräune „runterzurubbeln“. Das ist ein absoluter Irrglaube. Dank eines wöchentlichen Peelings werden oberflächliche, abgestorbene Hautschüppchen und somit ein eventueller feiner Grauschleier entfernt. Die Folge ist ein strahlendes Hautbild, bei dem die Sommerbräune besser zur Geltung kommt. Für empfindliche Körperstellen und sogenannte Sonnenterrassen wie das Dekolleté sind Facial Peelings optimal. Der restliche Körper kann mit milden mechanischen Peelings behandelt werden. Sogenannte Nutraceuticals oder Natrikosmetika können ebenfalls einen schönen Sommer-Glow unterstützen. Studien zeigen, dass oral supplementierte Hyaluronsäure und Kollagenpeptide die Haut von innen her optimal versorgen, indem sie die Produktion von Kollagen, Elastin und feuchtigkeitsspendenden Faktoren im Bindegewebe ankurbeln^[13, 14]. Die Folge ist ein strahlendes Hautbild, bei dem die schöne Sommerbräune

viel besser und länger zur Geltung kommt.

Literatur:

1. Cafri G, Thompson JK, Roehrig M, van den Berg P, Jacobsen PB, Stark S. An investigation of appearance motives for tanning: The development and evaluation of the Physical Appearance Reasons For Tanning Scale (PARTS) and its relation to sunbathing and indoor tanning intentions. *Body Image*. 2006 Sep;3(3):199-209.
2. Jackson KM, Aiken LS. A psychosocial model of sun protection and sunbathing in young women: the impact of health beliefs, attitudes, norms, and self-efficacy for sun protection. *Health Psychol*. 2000 Sep;19(5):469-78.
3. Göring T, Schneider S, Diehl K. Gebräunte Haut als Schönheitsideal. Bundesweit repräsentative Ergebnisse zur Wichtigkeit attraktivitätsbezogener Motive für das Bräunungsverhalten. Bd. 4 (2019): Schönheit: Die Sicht der Wissenschaft
4. Wang S, Zhang G, Meng H, Li L. Effect of Exercise-induced Sweating on facial sebum, stratum corneum hydration, and skin surface pH in normal population. *Skin Res Technol*. 2013 Feb;19(1):e312-7.
5. Reuter J, Jocher A, Stump J, Grossjohann B, Franke G, Schempp CM. Investigation of the anti-inflammatory potential of Aloe vera gel (97.5%) in the ultraviolet erythema test. *Skin Pharmacol Physiol*. 2008;21(2):106-10.
6. Puvabanditsin P, Vongtongsri R. Efficacy of aloe vera cream in prevention and treatment of sunburn and suntan. *J Med Assoc Thai*. 2005 Sep;88 Suppl 4:S173-6. PMID: 16623024.
7. Proksch E, de Bony R, Trapp S, Boudon S. Topical use of dexpantenol: a 70th anniversary article. *J Dermatolog Treat*. 2017 Dec;28(8):766-773.
8. Kauth M, Trusova OV. Topical Ectoin Application in Children and Adults to Treat Inflammatory Diseases Associated with an Impaired Skin Barrier: A Systematic Review. *Dermatol Ther (Heidelb)*. 2022 Feb;12(2):295-313.
9. Buenger J, Driller H. Ectoin: an effective natural substance to prevent UVA-induced premature photoaging. *Skin Pharmacol Physiol*. 2004 Sep-Oct;17(5):232-7.
10. Stege H, Roza L, Vink AA, Grewe M, Ruzicka T, Grether-Beck S, Krutmann J. Enzyme plus light therapy to repair DNA damage in ultraviolet-B-irradiated human skin. *Proc Natl Acad Sci U S A*. 2000 Feb 15;97(4):1790-5.
11. Kawashima S, Funakoshi T, Sato Y, Saito N, Ohswa H, Kurita K, Nagata K, Yoshida M, Ishigami A. Protective effect of pre- and post-vitamin C treatments on UVB-irradiation-induced skin damage. *Sci Rep*. 2018 Nov 1;8(1):16199.
12. Thiele JJ, Ekanayake-Mudiyanselage S. Vitamin E in human skin: organ-specific physiology and considerations for its use in dermatology. *Mol Aspects Med*. 2007 Oct-Dec;28(5-6):646-67.
13. Asserin J, Laté E, Shioya T, Prawitt J. The effect of oral collagen peptide supplementation on skin moisture and the dermal collagen network: evidence from an ex vivo model and randomized, placebo-controlled clinical trials. *J Cosmet Dermatol*. 2015 Dec;14(4):291-301.
14. Hsu TF, Su ZR, Hsieh YH, Wang MF, Oe M, Matsuoaka R, Masuda Y. Oral Hyaluronan Relieves Wrinkles and Improves Dry Skin: A 12-Week Double-Blinded, Placebo-Controlled Study. *Nutrients*. 2021 Jun 28;13(7):2220.



Dr. phil. Meike Streker

Die Kosmetikwissenschaftlerin ist Expertin für evidenzbasierte Kosmetik und besitzt umfassende Erfahrung im Bereich kosmetische und klinische Forschung.

EDUCATIONCHECK

Was gibt es Neues im Bereich Schulungen, Seminare und Weiterbildung für Kosmetikprofis? Informieren Sie sich über das Angebot unseres Anbieters auf der folgenden Seite.

Anbieter	Seite
CNC Skincare.....	35



CNC Skincare

Stillstand ist keine Option



Bildung eröffnet uns nicht nur neue Möglichkeiten, sie ist auch eine Investition in die Zukunft.

– Ed Markey

Die Kosmetikindustrie ist schnelllebig, innovativ und stets am Puls der Zeit. Wer nicht mit geht, geht unter. Noch nie war es wichtiger, sich mit einem eigenen Konzept am Markt zu positionieren.

Daher ist und bleibt Aus- und Weiterbildung ein unverzichtbarer Baustein für ein erfolgreiches Beauty Business. Mit der Online-Schulung „Beauty Management complete“ legen wir die Grundlagen für langfristige Kundenbindung und stabile Umsatzentwicklung. Verkaufsfördernde Massnahmen, Zeitmanagement und Planung gehören zu einem erfolgreichen Unternehmen genauso dazu wie ein hohes Mass an Eigenmotivation.

Mit den Basic-Fachseminaren vermitteln wir von Beginn an ein fundiertes Grundwissen zu Produkten, Wirkstoffen und dermazeutisch apparativen Anwendungen.

Ergänzt werden diese Präsenzseminare durch diverse Online-Schulungen und ein praxisorientiertes Kabinentraining, welches durch ein kompetentes Aussendienstteam durchgeführt und individuell angepasst wird.

Die korrekte Anwendung apparativer Behandlungskonzepte und dermazeutischer Fruchtsäure in Kombination

mit der CNC Wirkstoffkosmetik, führt nicht nur zu einzigartigen und nachhaltigen Ergebnissen, sondern bei unseren CNC Partnerinstituten auch zu einem maximalen Mass an Sicherheit und Kompetenz - und damit zu einer vertrauensvollen Kundenbindung.

Fachtagungen, die regelmässig von CNC cosmetic® veranstaltet werden, runden das dermazeutische Konzept ab. Externe Referenten und Ärzte vermitteln neueste, wissenschaftliche Ergebnisse zu verschiedensten Themen rund um die Hautgesundheit.



DEIN PARTNER ZUM ERFOLG:

- ✓ Dermazeutische Wirkstoffkosmetik „made in Germany“
- ✓ Apparative Konzepte nach neuestem Standard
- ✓ Umfangreiches Schulungsprogramm
- ✓ Dermazeutische Fruchtsäure-Ausbildung
- ✓ Individuelle Unterstützung durch kompetentes Schulungs- und Aussendienstteam

CNC Skincare GmbH

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



Irene Vögele wollte schon in jungen Jahren in der Kosmetikbranche Fuss fassen. Dennoch machte sie zunächst Karriere als Kauffrau EFZ, mit 36 Jahren keimte der Wunsch wieder auf – und dieses Mal folgte sie ihrer Leidenschaft und gründete schliesslich ihr eigenes Kosmetikinstitut.

INSTITUT DES MONATS

DIE MENSCHEN IM FOKUS

SAKURA BEAUTY

Als Führungsfachfrau FA im Bereich Human Resources mit Aufgaben im Management und in der Berufsbildung hat Irene Vögele einen steilen Karriereweg hinter sich. Doch 2015 entschied sie sich für ihren Herzenswunsch: die Ausbildung zur Kosmetikerin auf dem zweiten Bildungsweg. Seither ist sie erfolgreich mit ihrem Kosmetikinstitut Sakura Beauty in Luzern.

FOTOS: BEAUTY FORUM/JAQUELINE KRAMER

Sakura Beauty ist ein Kosmetikinstitut in der Tribsenstadt Luzern. Versteckt im Obergeschoss, sind die Gäste vor den Blicken von Passanten geschützt und können sich in den professionellen Händen von Kosmetikerin Irene Vögele entspannen.

Wer von der lebhaften und aufgeschlossenen Geschäftsführerin in den Räumlichkeiten ihres Kosmetikinstituts begrüsst wird, fühlt sich sogleich willkommen. Die Kosmetikerin mit eidgenössischem Fachausweis in medizinischer Kosmetik ist ein Paradebeispiel für den erfolgreichen Quereinstieg in die professionelle Kosmetik. Inspiriert von der japanischen Kirschblüte, die für Schönheit und Geborgenheit steht, eröffnete sie 2015 ihr eigenes Kosmetikinstitut.



Neu in der Angebotspalette von Sakura Beauty ist das Fruchtsäure-Peeling „Fruit Ap Peel“ von CNC.

VON DER BUSINESSFRAU ZUR KOSMETIKERIN

Schon als Jugendliche hegte Irene Vögele den Wunsch, Kosmetikerin zu werden. Doch ihre Eltern raten ihr zu einer Ausbildung zur Kauffrau EFZ. Kurz nach ihrer Ausbildung kletterte die junge Frau die Karriereleiter nach oben, arbeitete im Bereich Human Resources einer Bau-firma und Kantonalen Verwaltung und hatte mit 27 Jahren bereits eine Führungsposition inne. Sie liebt die Arbeit mit Menschen, die Vielseitigkeit und die

Verantwortung ihrer Tätigkeit. Mit 36 kam die Erkenntnis: In ihrem Beruf hat sie alles erreicht – wohin soll es die nächsten 30 Jahre ihres Arbeitslebens gehen? Es keimte der Wunsch nach einem neuen Projekt in ihr auf. Während eines persönlichen Coachings besann sich die Businessfrau auf ihren Jugendwunsch zurück und begann daraufhin auf dem zweiten Bildungsweg die Ausbildung an der Dickerhof AG. Ihren Arbeitsplatz beim Kanton behielt sie mit reduziertem Pensum zunächst bei.

ERFOLGREICH GEWACHSEN

„Wenn Irene etwas anpackt, dann muss es Erfolg haben“, da waren sich die Freunde und Bekannten der ehrgeizigen Kosmetikerin sicher. Und so war es auch: Zwei Jahre lang arbeitet Irene Vögele zu 20 Prozent als Kosmetikerin zur Untermiete bei einer Masseurin und baute sich so ihre Selbstständigkeit langsam auf. Doch wegen des grossen Anklangs war bald eine Vergrösserung nötig – im Jahr 2017 zog sie in ihre eigenen Räumlichkeiten in der Tribsen-



Das Kosmetikinstitut im zweiten Stock erstreckt sich über 70 Quadratmeter und bietet neben einem Behandlungsraum auch einen Verkaufsraum mit Sitzecke und Make-up-Station.



Ein Tages-Make-up rundet das Angebot von Irene Vögele ab.



Irene Vögele hat sich mit ihrem Kosmetikinstitut Sakura Beauty in Luzern auf medizinische Kosmetik spezialisiert. Ihre Behandlungen umfassen in der Regel mehrere Stunden und bieten den Gästen ein Rundumpaket.

strasse. Ihren Bürojob kündigte sie schliesslich ganz, um sich völlig ihrer Selbstständigkeit zu widmen. Stillstand ist für Irene Vögele nur schwer auszuhalten: Die Kauffrau und Kosmetikerin liebt es, sich weiterzubilden, zu wachsen und an sich zu arbeiten. Der nächste Schritt stand daher fest: Sie absolvierte den eidgenössischen Fachausweis in medizinischer Kosmetik. „Mir ist es wichtig, meinen Kundinnen und Kunden die höchste Qualität und den besten Service zu bieten. Der FA war für mich daher der nächste logische Schritt, um mich in der Branche zu positionieren“, erklärt die Inhaberin von Sakura Beauty.

IM HERZEN VON LUZERN

Die rund 70 Quadratmeter des Kosmetikinstituts sind in einen grosszügigen

Eingangsbereich mit Verkaufsraum sowie in eine gemütliche Sitzecke am Fenster und in zwei separate Räume eingeteilt: ein Behandlungsraum und ein Büro. „Die Sitzecke nutze ich, um meine Kundinnen und Kunden bei einem Tee zu begrüßen und deren Bedürfnisse herauszufinden, so kann ich mich optimal auf mein Gegenüber einstellen“, sagt Irene Vögele.

Als Partner hat sich die Kosmetikerin CNC Skincare und My Déesse Cosmetics an die Seite geholt. „Mir macht die Beratung meiner Kundinnen und Kunden viel Spass, denn mit der richtigen Heimpflege können sie die Behandlungsergebnisse auch zu Hause unterstützen“, sagt Irene Vögele. Rund 25 Prozent ihres Umsatzes macht der Produktverkauf aus.

BREITES BEHANDLUNGSANGEBOT

Die Gäste im Sakura Beauty können aus einem breit gefächerten Behandlungsangebot wählen. Am beliebtesten sind die Gesichtsbehandlungen, die jeweils mit zusätzlichen Leistungen zu einem individuell zugeschnittenen Behandlungspaket geschnürt werden.

Irene Vögeles Schwerpunkt liegt auf medizinischer Kosmetik mit Apparaten, die Hautspezialistin hat sich auf Mikrodermabrasion, Fruchtsäure-Peeling, Ultraschall-Treatments, Microneedling sowie den Hochfrequenzstab spezialisiert. Auch Teleangiektasien und Couperose entfernt sie mittels Thermokoagulation. „Meine Stärke liegt in umfangreichen, mehrstündigen Behandlungen. Hier kann ich gezielt auf meine Kundinnen und Kunden eingehen und ihnen einen Rundumservice bieten“, erläutert Irene Vögele. In der Regel sind täglich etwa vier Kundinnen und Kunden für zwei bis drei Stunden zu Gast.

Abgerundet wird das Angebot von Sakura Beauty mit kleineren Leistungen, die

„ICH DARF JEDEN TAG MEINEN TRAUM LEBEN
UND BIN VON EINEM UNGLAUBLICH TOLLEN
UMFELD UMGEBEN [...] DAFÜR BIN ICH DANKBAR.“

on top gebucht werden, wie das Perfektionieren von Brauen und Wimpern, Pedi- und Maniküre, klassische Massagen, Waxing oder ein Tages-Make-up. Mit regelmässigen Schulungen und Weiterbildungen bleibt Irene Vögele immer auf dem neuesten Stand. Im Institut ist Irene Vögele etwa 40 Stunden pro Woche. Zu Hause kommen noch etwa 10 Stunden Arbeitszeit hinzu.

PERSÖNLICHKEIT PUNKTET

Das Konzept von Sakura Beauty setzt auf Persönlichkeit und Individualität. Bewusst suchte sich Irene Vögele Räumlichkeiten, die wenig Laufkundschaft anziehen. Was für manch eine Beauty-Unternehmerin überraschend klingen mag, ist von der Luzerner Kosmetikerin gut durchdacht. „Meine Kundschaft besteht zum Grossteil aus Stammkunden, zu denen ich eine sehr persönliche Kundenbeziehung pflege. Neukunden kommen meist auf Empfehlung oder über meine Webseite zu mir“, erklärt Irene Vögele. Geburtstagskarten schreibt sie für ihre Kundinnen und Kunden von Hand und versendet sie mit der Post.

WEIT VERNETZT

Der Austausch mit Kunden, Kosmetikerinnen und Depotpartnern ist für die Selbstständige eine wichtige

Quelle der Inspiration. Daher ist sie auf Instagram und Facebook sehr aktiv. „Als ich mit meiner Ausbildung begonnen habe, war der Austausch unter Berufskolleginnen nicht immer leicht: Fragen hatten wir alle, aber wenige waren bereit, Antworten zu geben, aus Angst vor der Konkurrenz“, erinnert sich Irene Vögele. Glücklicherweise sieht die Luzernerin inzwischen einen Wandel in der Branche: „Ich habe das Gefühl, immer mehr Kosmetikerinnen möchten sich austauschen und verstehen, dass der Markt gross genug für alle ist. Das finde ich eine sehr positive Entwicklung.“

Ob Irene Vögele ihren Bürojob manchmal vermisst? „Nein“, lacht sie, „als selbstständig Erwerbende braucht es zwar viel Mut, Durchhaltevermögen und Fleiss, aber ich darf jeden Tag meinen Traum leben und von einem unglaublich tollen Umfeld aus Kundinnen, Geschäftspartnern und Berufskolleginnen umgeben sein – dafür bin ich dankbar“, sagt die Geschäftsführerin bescheiden.

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



Für die Heimpflege steht den Kundinnen und Kunden von Sakura Beauty ein breites Sortiment an Produkten von CNC Skincare offen.



FAKTEN

Eröffnung: Juli 2018 (in Vollzeit)

Inhaberin:
Irene Vögele

Ausbildung:
Eidg. Fachausweis in
med. Kosmetik (FA)

Behandlungsschwerpunkte:
Medical Beauty

Lieblingsbehandlung:
Klassische Gesichtsbehandlung mit
individuellen Kombinationen

Räumlichkeiten:
circa 70 m²,
1 Empfangs- und Verkaufsraum,
1 Behandlungsraum,
1 Make-up-Station
1 Büro-/Sitzungsraum

Marken:
Artepil, CNC, Déesse,
Jessica Lack, Kryolan

Geräte:
Mikrodermabrasion + Ultraschall,
Microneedling (CNC), Nadelepilation,
Hochfrequenzstab

**Einrichtungskosten und
Grundausrüstung:**
circa CHF 40'000

Kunden im Monat:
circa 100

KONTAKT

Sakura Beauty

Tribtschenstrasse 19
6005 Luzern
www.sakurabeauty.ch
Instagram: [sakura_beauty_luzern](https://www.instagram.com/sakura_beauty_luzern)
Facebook: Sakura beauty

Social Media

WAS GEHT AUF UNSEREN KANÄLEN?

JA, LIKE MICH DOCH!



BEAUTY_FORUM_CH

UMFRAGE

Auf INSTAGRAM zum Dossier: Glatt und straff

86%

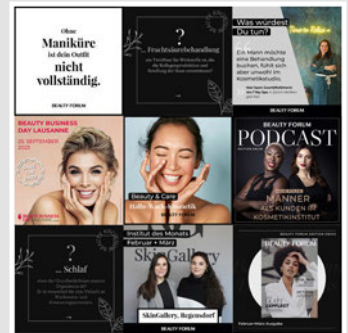
arbeiten mit glättenden Wirkstoffen wie Retinol oder Fruchtsäure.

100%

bieten straffende Treatments wie Microneedling an.

100%

der Kundinnen wünschen sich eine jugendliche Haut zurück.



SPRUCH DES MONATS

„GLOWING SKIN IS ALWAYS IN.“

FOLLOW US

2.796



BEAUTY FORUM SCHWEIZ

Kommentiert unter diesem Bild



FACEBOOK: Wie bereitest du deine Kundinnen auf ihren grossen Tag als Braut vor?



BEAUTY_FORUM_CH

Glatt und straff

Straffe Haut an Hals, Dekolleté und Armen

INSTAGRAM: Die zarte Haut am Hals und am Dekolleté zeigt oftmals das wahre Alter der Haut. Auch die Arme verlieren mit den Jahren meist schneller an Straffheit.

Glücklicherweise gibt es verschiedene Möglichkeiten, diese Problemchen anzugehen. Mit welchen Treatments und Wirkstoffen du deinen Kundinnen wieder zu mehr Elastizität in diesen Körperregionen verhelfen kannst, das erfährst du in unserem Dossier in der Februar+März-Ausgabe.

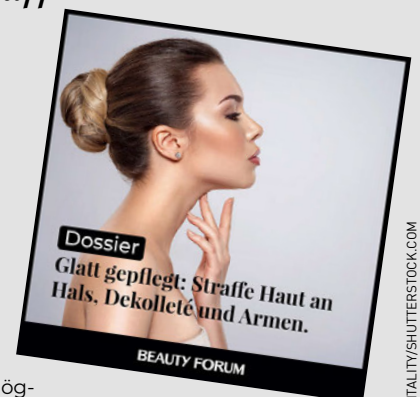


FOTO: MIRAMISKA, VALUA VITALITY/SHUTTERSTOCK.COM

INFORMATIONEN ZUM LEHRGANG ZUR BERUFSPRÜFUNG 2023-2025

Sehr geehrte Damen und Herren

Gerne möchten wir Ihnen mitteilen, dass wir im 2023 einen weiteren Lehrgang zum Abschluss Kosmetikerin FA mit Fachrichtung medizinische Kosmetik anbieten werden.

Bei diesem Abschluss handelt es sich um einen eidgenössischen Fachausweis.

Bei Interesse, werden wir Sie gerne über die Termine und Details zum Lehrgang (Dauer, Umfang, Kosten, Subventionen usw.) informieren.

Der Start des Lehrgangs 2023-2025 ist für Ende 2023 geplant.

Anmeldefrist 01.-30.04.2023

An dieser Stelle möchten wir Sie auf die Zulassungsbedingungen zum Kurs hinweisen:

Sie besitzen das EFZ als Kosmetikerin und haben mindestens zwei Jahre Berufserfahrung als Kosmetikerin (Vollzeit) zum Zeitpunkt der Abschlussprüfungen.

ODER

Sie besitzen das EFZ eines anderen Berufes (oder gleichwertiger, offiziell anerkannter Abschluss) und haben mindestens drei Jahre Berufserfahrung als Kosmetikerin (Vollzeit) zum Zeitpunkt der Abschlussprüfungen. In diesem Fall müssen Sie auch die Grundlagenmodule absolvieren, die wir vor dem eigentlichen Lehrgangsstart anbieten.

Gerne stehen wir Ihnen für Fragen zur Verfügung.

Sie erreichen uns unter 062 822 01 33 oder per E-Mail an frank.wagner@sfkinfo.ch

Frank Wagner
Schulungsleiter SFK

AUS DEN UNTERNEHMEN

BRANCHEN-NEWS



Von links: Jan Rieke, Julia Holtrup und Claudia Poledniczek.

Neue Struktur für DACH

Seit Januar 2023 ist die Hautpflegemarke Babor in den Bereichen Marketing und Vertrieb für die DACH-Region neu aufgestellt. Managing Director DACH ist Jan Rieke. Er ist seit 2017 bei der BABOR BEAUTY GROUP und verantwortete bisher den Bereich Retail sowie die Tochter in Österreich. Julia Holtrup wird mit einem starken digitalen Background als Marketing Director DACH Impulse setzen. Sales Director Deutschland und Österreich wird Claudia Poledniczek. Sie kommt von Laboratoire Nuxe und war zuvor bei Estée Lauder als National Sales Manager für die Marke Darphin beschäftigt. Rabea Logan wird ihre langjährige Erfahrung im Profikosmetik-Business als Education Director DACH einbringen, um Kosmetikpartner in der Region weiterzuentwickeln. Franziska Unger verantwortet als Retail Director die Flagshipstores sowie die Premium-Outlet Präsenzen der Marke. Managing Director Schweiz bleibt Uwe Odermatt-Wehner. www.babor.ch

ANZEIGE

Vitalga
NaturCosmetic

Ihr neuer Partner für natürliche Schönheit, Figur, SPA, Therapie und Zubehör!

10 % Neukunden-rabatt!

www.vitalga.de | info@vitalga.de
Vitalga-NaturCosmetic | D-79276 Reute | Tel +49 7641 574813



Von links: Andreas Panhirsch, General Manager Switzerland & Germany, Dr. Harald Gerny, Geschäftsinhaber, Michael Linke, Business Unit Director.

Neues Mitglied der Geschäftsleitung

Seit April 2023 gibt es bei Med Beauty Swiss AG ein neues Mitglied in der Geschäftsleitung. Michael Linke (im Bild rechts) ergänzt als Business Unit Director die Geschäftsleitung der Med Beauty Swiss AG. www.medbeauty.com

ANZEIGE

KOSMETIKINSTITUT
ZU
VERMIETEN

in 7302 Landquart

Wegen bevorstehender Pensionierung: Geschäftsaufgabe des Kosmetik Instituts Gabriella per 30. Juni 2023.

Das bestehende, ausgebaute Institut ist zu vermieten. Alternativ ist auch der separate Verkauf des Mobiliars und der Apparaturen möglich.

Vorhanden sind:

- Vitrinen und Sideboard von Leonardo
- Behandlungsliege
- Lampen
- Boys
- Apparat für Permanent-Make-up
- ... etc.

Inserat New Home Immobilien oder auf der Homepage Kosmetik Institut Gabriella.

Kontakt: Gaby Liechti
www.kosmetik-gabriella.ch · Telefon: 078 666 32 72

INTERVIEW

NEUE FÜHRUNG

Seit 18 Jahren ist Luc Bourguignon bei der LPG® Group tätig. Seinen grossen Erfahrungsschatz bringt er seit Januar 2023 als neuer General Director von LPG® Schweiz ein.

Mit BEAUTY FORUM Ed. Swiss spricht er über die Ziele der Marke.



NACHGEFRAGT BEI LUC BOURGUIGNON, GENERAL DIRECTOR LPG® SCHWEIZ



BEAUTY FORUM: Herr Bourguignon, Sie sind neuer General Director von LPG® Schweiz. Auf was freuen Sie sich am meisten?

Luc Bourguignon: Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit dem Team von LPG® Switzerland und darauf, die einzelnen Mitarbeiter kennen zu lernen und ihre Fachkenntnisse in ihren jeweiligen Bereichen zu entdecken. Das Team hat ein junges und dynamisches Profil, das mir sehr gut gefällt. Ich freue mich auch darauf, unsere Kunden vor Ort zu treffen, mehr über ihre Erlebnisse mit LPG® zu erfahren und zu sehen, wie sie unser Markenimage wahrnehmen. Ich bin seit 2005 bei der LPG® Group und habe mehr als 17 Jahre Vertriebserfahrung in den Bereichen Medizin und Ästhetik. Ich bin überzeugt, dass wir gemeinsam die Exzellenz von LPG® in der Schweiz fortsetzen und unseren Kunden weiterhin innovative und qualitativ hochwertige Lösungen anbieten können.

Was sind Ihre nächsten Ziele für LPG®?
Unser Hauptziel ist es, die Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt zu stellen. LPG® verfolgt eine Strategie zur Maximierung des Erfolgs seiner Kundinnen und Kunden, die in ein Ökosystem eintreten, in dem sie ihre Behandlungen und ihr eigenes Geschäftsmodell definieren können. Dadurch entsteht eine loyale und leidenschaftliche Nutzerbasis. LPG® investiert kontinuierlich in Marketing, Produkte und Dienstleistungen, um die Entwicklung dieser Gemeinschaften zu fördern und ihren Erfolg zu sichern. Die Marke LPG® und die Wirk-

samkeit und Relevanz der innovativen Lösungen, die sie anbietet, werden so in der breiten Masse bekannt. Wir haben seit 36 Jahren einen guten Ruf auf dem französischen Markt, aber in der Schweiz, vor allem in der Deutschschweiz, möchten wir noch wachsen. Hier werden wir die Kommunikation also weiter ausbauen.

Dürfen wir uns auf Innovationen aus dem Hause LPG® freuen?

Wir arbeiten täglich daran, unsere Geräte und Produkte zu verbessern. Seit der Einführung des ersten Cellu M6® im Jahr 1986 hat LPG® ständig in seine Forschung und Entwicklung investiert, um kontinuierlich Innovationen voranzutreiben und seine Führungsposition auf dem Markt für nicht-invasive und nicht-aggressive Schönheitspflege auszubauen. Vor Kurzem haben wir damit begonnen, unsere Endermologie-Kosmetiklinie neu zu formulieren, damit sie unseren Werten von Transparenz und Wirksamkeit entspricht. Ausserdem entwickeln wir regelmässig neue Signature-Pflegeprodukte.

Wie schätzen Sie den professionellen Schweizer Kosmetikmarkt ein, und wie positioniert sich LPG® darin?

Der Schweizer Markt scheint lebhaft und die Beauty-Profis immer auf der Suche nach Neuheiten zu sein. LPG® ist perfekt positioniert, indem wir natürliche und effektive Techniken anbieten, um die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen. Wir sind überzeugt, dass wir mit unserem Engagement für Innovation und Natürlichkeit wettbewerbsfähig bleiben und weiterhin fortschrittliche, nicht-invasive und nicht-aggressive Lösungen anbieten können.

Das Interview führte Jaqueline Kramer.

SPRING COLORS

Frühjahrs-/Sommertrends

Ob saftig grüne Knospen, zarte rosa Blüten oder schillerndes Gefieder – die Natur bietet unendliche Inspiration. Auch die Trendprodukte der Frühjahrs- und Sommersaison 2023 greifen die Farben der Natur auf. So kommen die Neuheiten der dekorativen Kosmetik in grünbläulichen Türkistönen, zartem Rosa bis kräftigem Pink und verschiedenen Orangenuancen daher.

FOTO: PAOLO BONA/SHUTTERSTOCK.COM



8



9



10



Cool Blue

Blau, Grün und Türkis sorgen jetzt für eine wahre Farbexplosion! Blauer Lidschatten lässt braune Augen erstrahlen, und grüne Nagellacke wecken garantiert Frühlingsgefühle bei Ihren Kundinnen!



1 Babor Wasserfester „Eye Shadow Pencil“ in pastelligem „Lagoon“ **2 Sothys** Wasserfester „Kajal-Liner intense Nr. 80 bleu méditerranéen“ **3 Stagecolor** „Automatic Eyeliner“ in „1064 Aquamarine“ und „1065 Ocean“ **4 Beni Durrer Beauty** 3D-Wimpernerücke „Lilly“ aus falschem Nerz **5 Kryolan** Nachfüllbare „Digital Complexion Cream Foundation Palette“ mit 14 Farben **6 Klapp** „X-Treme Skin Balm“ in „Light Beige“ **7 Bodyography** Der „Foundation Primer“ glättet Fältchen und neutralisiert Rötungen **8 OPI** Lacke „Clear Your Cash“ und „NFTease Me“ aus der Kollektion „Me, Myself and OPI“ **9 Artdeco** „Art Couture Nail Lacquer „everland N°804“ in zartem Himmelblau **10 Catherine Nail Collection** Hommage an den Frühling: Lack „Greeny“ aus der Kollektion „Wanderlust“ **11 Babor** „Für einen samtig weichen Glow: „Highlighter Powder Velvet Sun“



Pink Power

Von zartem Rosé bis zu knalligem Pink und angesagtem Magenta: Mit dieser Farbwelt liegen Sie voll im Trend!



4



6



5

1 Artdeco Art Couture Nail Lacquer „fantasy rose N°922“ und „enchanted N°947“ **2 OPI** Pink schimmernder Nagellack „Spring Break the Internet“ **3 Catherine Nail Collection** „Caravan“: Lack in sanftem Flieder aus der Kollektion „Wanderlust“ **4 Nee** „Iconic Lip Color Palette cherry blossoms“ mit drei Nuancen **5 MaykUp** „Neon Lidschattenpalette“ mit 12 intensiven Farben **6 arabesque** Puderrouge „Blusher Shimmer Edition“ **7 Stagecolor** „Powdery Lipstick“ in „Orchidee“ aus der „Paradise“-Kollektion **8 arabesque** Lippenfluid „Liquid Lip Color Superstay“ in der Farbe „Nr. 62 Pink Dragon Fruit“ **9 Malu Wilz Beauté** „Triple Care Lipstick“ in „sand rose“ **10 arabesque** „Perfect Color Lipstick“ in „Nr. 65 Watermelon Pink“



Hot Tangerine

Warme Orangetöne lassen gebräunte Haut so richtig strahlen. Kombiniert mit einem Highlighter in Champagner und erdigen Nude-Nuancen, bringen Sie den Sommer teint Ihrer Kundin gebührend zur Geltung.



1



4



5



6



8



9



2



3



7

Bezugsquellen

arabesque, über Musculus, www.musculus.ch | Artdeco, über Deuocos Cosmetic AG, www.deuocos.ch | Babor, www.babor.ch | Beni Durrer Beauty, www.benidurrer.com | Bodyography, über Dobi, www.dobi.ch | Catherine Nail Collection, www.catherine.de | Glo Skin, über Cosmovogue, www.cosmovogue.ch | Klapp, über Dobi, www.dobi.ch | Kryolan, über Coidro AG, www.kryolan.ch | Malu Wilz Beauté über Musculus, www.musculus.ch | Maria Galland, www.mariagalland.com | MaykUp, www.maykosmetik.ch | Nee Make-up, über Simon Keller, www.simonkeller.ch | OPI, über So Be Cosmetics SA / Wella SARL, www.opiswiss.ch | Sothys, über Eurocosmetics SA, www.sothys.ch | Stagecolor, über Jean-Pierre Rosselet Cosmetics AG, www.jp-rosselet.ch | Wunder2, über Dobi, www.dobi.ch | Yves Stöckli, www.yvesstoekli.com

1 Wunder2 „Must-Have-Matte Lip Liner“ in knalligem „Coral Crush“ **2 Stagecolor** Funkelnder „Liquid Crystal Gloss“ in „Crystal Beach“ **3 Sothys** „Rouge Doux“ Lippenstift in dunklem Nude und transparentem Glanz in „Nr. 134 Gaïté“ **4 Glo Skin** Pflegender „Lippen Crayon“ in „Sahara“ **5 Sothys** „Jumbo-Lippenstift Nr. 20 orangé vitaminé“ **6 Yves Stöckli** 2 in 1 Lip & Rouge „Colour Stick“ in „Romance“ **7 MaykUp** Loser Puder in der Farbe „Beachy“ **8 Maria Galland** Foundation mit glowy Finish: „Soir de Teint Éclat“ **9 Malu Wilz Beauté** Pflegeöl mit Schimmer und zarter Bräune: „Bronzing Glow Skin Oil“ **10 OPI** Zwei Lacke in Orangetönen: „Data Peach“ und „Silicon Valley Girl“



10



MUT ZU MAGENTA

Inspiziert von der Pantonefarbe des Jahres „Viva Magenta“, kreierte die in Zürich wohnende Make-up-Artistin Manuela Porcelli einen mutigen und extravaganten Look, der die Augen gekonnt in Szene setzt.

FOTOS: ANASTASIA EICKHOFF

DIE EXPERTIN



MANUELA PORCELLI

ist diplomierte Make-up-Artistin und Facepainterin. Ihre Projekte wurden bereits in nationalen und internationalen Magazinen veröffentlicht. Auf den Fashion Weeks in Mailand und London schminkte sie für mehrere Shows und auch bei Musicals, Fashion- und Beauty-Kampagnen sowie Videodrehen wirkte sie mit.

Die diesjährige Trendfarbe des Pantone Farbinstituts ist „Viva Magenta“. Der Farbton vereint warme Rottöne mit kühlen Pinknuancen zu einer ausbalancierten Farbe, die jedem steht. Laut den Farbexperten soll sie feminin und mutig wirken und dabei Stärke in unsicheren Zeiten ausdrücken.

VIELSEITIG

Das Schöne an der leuchtenden Farbe: ihre Vielseitigkeit! Sie macht sich nicht nur gut auf den Nägeln oder den Lippen, sondern peppt in Form von Accessoires wie eine Lederhandtasche jedes Outfit auf. Und wenn zu Ihren Kundinnen echte Fashionistas zählen, dann darf Viva Magenta auch ger-

ne als monochromatisches Outfit gestylt werden.

MAKE-UP

Auf den Lippen zaubert die Trendfarbe einen sinnlichen Kussmund – so können Sie Ihre Kundinnen auf klassische Weise an die Farbe heranführen. Soll es etwas extravaganter sein, dann ist dieses Step by Step genau das Richtige für Sie. Unsere Make-up-Artistin und Facepainterin Manuela Porcelli kreierte einen glamourösen Magenta-look, der die Augen Ihrer Kundin mutig in Szene setzen wird. Insbesondere braune und grüne Augen werden in dieser Farbkombination zu einem wahren Eyecatcher. Probieren Sie's doch einmal aus!



1 Die Haut sollte optimal vorbereitet und mit Feuchtigkeit versorgt werden. Auch auf die Lippen trage ich eine Pflege auf. Danach wird die Foundation in die Haut eingearbeitet. Um die Augen optisch zu öffnen, sollte ein Concealer, der ein bis zwei Nuancen heller als der eigentliche Hautton ist, unter den Augen verwendet werden. Auf dem Augenlid lassen sich damit Äderchen neutralisieren. Danach alles mit einem hellen Lidschatten fixieren. Unterhalb des Auges fixiere ich den Concealer mit losem Puder, damit nichts in die Augenfältchen rutscht.



2 Das Gesicht konturiere ich mit einem flüssigen oder cremebasierten Produkt unterhalb der Wangen, dann an der Stirn bis fast zur Schläfe und am Nasenrücken entlang. Den Wangen wird mit einem cremigen roséfarbenen Rouge Frische verliehen. Oberhalb der Wangenknochen verwende ich zuerst einen matten, später dann einen schimmernden Highlighter, so entsteht ein schöner Glow. Den Highlighter trage ich ausserdem zwischen den Augen sowie oberhalb der Augenbrauen und auf dem Lippenbogen auf.

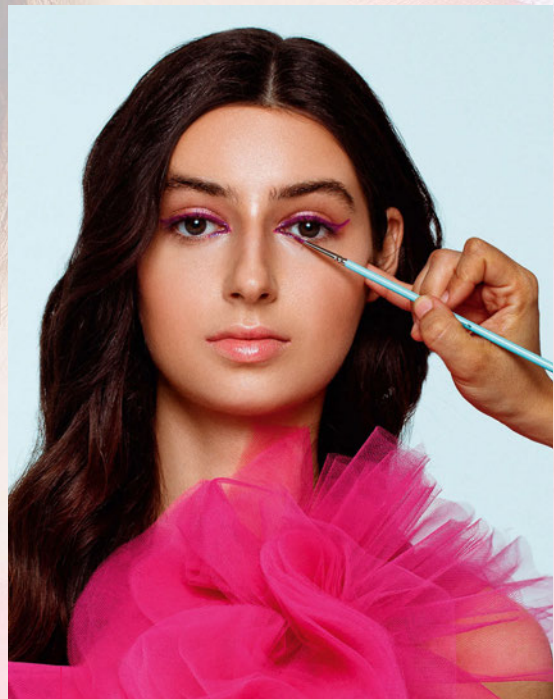
„EIN EXTRAVAGANTER LOOK,
INSPIRIERT VON DER DIEJÄHRIGEN
TRENDFARBE „VIVA MAGENTA“.
DIE GRAFISCHE UMRANDUNG UND
DER GLITZER IM AUGENINNENWINKEL WIRKEN
GLAMOURÖS, OHNE ÜBERLADEN AUSZUSEHEN!

MANUELA PORCELLI



3

Auf das bewegliche Lid wird nun ein flüssiger Lidschatten mit Metalliceffekt aufgetragen und gut verblendet. Danach wird mit einem Eyelinerpinsel ein magentafarbener Lidstrich mit Wing gezogen. Ich verwende hierzu einen flüssigen Eyeliner und ziehe ihn von der Mitte des Augenlids bis zum äusseren Augenwinkel.

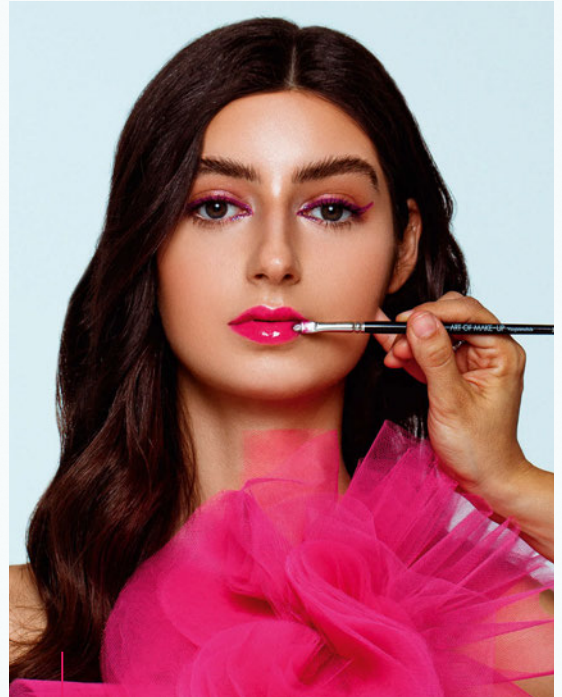


4

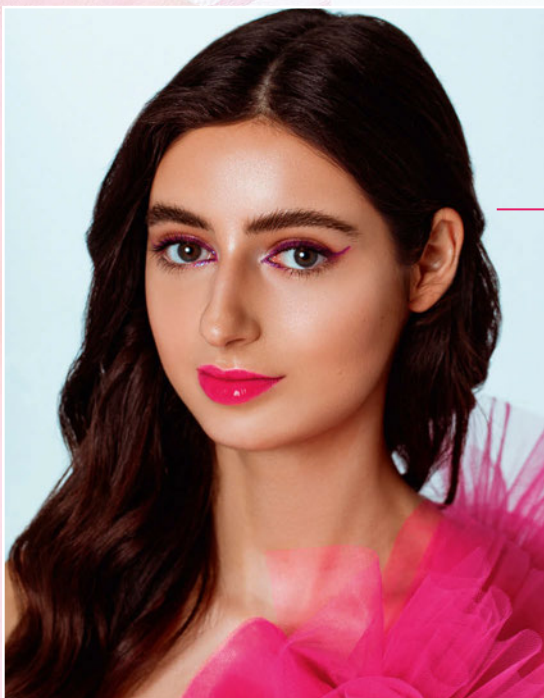
Der Augeninnenwinkel wird mit einer feinen grafischen Linie umrandet, die bis zur unteren Wasserlinie reicht. Für einen Eyecatcher sorgt hier ein Multi-Chrome-Flake-Topper, der Lila-, Magenta- und Blautöne enthält. In die Wasserlinie wird ein beigefarbener Kajal aufgetragen. Um den Augen einen offenen Blick zu verleihen, werden die Wimpern mit einer Wimpernzange in Schwung gebracht und anschliessend getuscht. Der Augeninnenwinkel wird mit einem weiss glitzernden Highlighter hervorgehoben.



5 Nun werden die Augenbrauen aufgefüllt und anschliessend für einen laminierten Look glatt nach oben gebürstet und mit einem Augenbrauengel gut fixiert. Um den Augen den letzten Schliff zu verleihen, trage ich eine kleine Menge transparentes Gloss auf das bewegliche Lid auf.



6 Entfernen Sie nun die Lippenpflege vom Mund. Mit einem Lipliner in Magenta werden die Lippen zuerst am Herzbogen und dann von aussen nach innen nachgezogen. Anschliessend verwische ich die Umrandung mit einem Pinsel nach innen. Danach die Farbe auf die Lippenmitte auftragen. Zum Schluss transparentes Gloss auf die Lippen geben, und fertig ist der Magentalook!



Fertiger Look

Lebensfroh und mutig wirkt der Make-up-Look in leuchtendem Magenta. Der Look lässt sich je nach Anlass anpassen. Lassen Sie die Kundin mitentscheiden, ob die Lippen in Magenta geschminkt oder nur in einem Nudeton betont werden sollen.

FOTOS: ANASTASIA EICKHOFF

MAKE-UP-ARTISTIN: MANUELA PORCELLI

HAIRSTYLISTIN: TABEA ODIBO

MODEL: MYLÈNE AEBI

STYLISTIN: JANA KAMPSTRA

DESIGNERIN: JESSY STUCHLY

ALLES PSYCHE?

Die Haut ist zwar ein sehr widerstandsfähiges Organ, gleichzeitig ist sie aber auch sehr sensibel. Sie reagiert beispielsweise auf unsere mentale Gesundheit, psychischen Stress oder unterdrückte Wut mit Pickeln, rissiger Haut oder Herpes. Die ganzheitliche Kosmetikerin Jessica Luft erklärt anhand von drei Hautsymptomen die mögliche psychosomatische Bedeutung dahinter und wie Sie von einer ganzheitlichen Betrachtungsweise profitieren können.

Die Weisheit „Die Haut ist der Spiegel der Seele!“ ist uns allen geläufig – und das zu Recht. Schliesslich ist die Haut das grösste Organ. Meist nehmen wir dieses Organ aber gar nicht so wichtig, wie wir sollten. Ist die Hautfunktion gesund, schenken wir der Haut in der Regel kaum Beachtung – es funktioniert ja alles! Die Haut erledigt unbemerkt ihre Arbeit: Sie schützt uns, gibt uns das Gefühl von Geborgenheit und lässt uns fühlen. Gerät unsere Haut aber aus dem Gleichgewicht, spüren wir das Ausmass an Körper und Seele und

erkennen, was die Haut für unseren Organismus leistet.

GANZHEITLICHE BETRACHTUNG

Klassischerweise wird, sobald sich ein Hautproblem entwickelt, immer zuerst versucht, dieses mit Hautpflegeprodukten und kosmetischen Behandlungen wieder in den Griff zu bekommen. Das ist auch nicht verkehrt, denn so können wir die Haut von aussen unterstützen und Symptome lindern. Allerdings werden so eben nur die Symptome behandelt und nicht die Ursache, die das Hautproblem ausgelöst hat.

Das Bewusstsein für ganzheitliche Hautgesundheit wächst stetig, und so sind sich viele Beauty-Experten einig: Hautpflege endet nicht bei der täglichen Pflegeroutine, sondern sie beginnt erst hier! Denn auch unser Darm, unsere Ernährung, unser Lifestyle und, was viele nicht wissen, auch unser Mindset spielen für die Hautgesundheit eine bemerkenswerte Rolle.

In der ayurvedischen Lehre, aber auch in der Traditionellen Chinesischen Medizin wird Emotionen schon seit Jahrtausenden eine enorme Kraft hinsichtlich unserer Genesung zu-



FOTO: NINA BUDAY/SHUTTERSTOCK.COM

HINWEIS !

Kosmetikerinnen dürfen keine Hautkrankheiten behandeln. Sie können aber begleitend zur Therapie eines Dermatologen behandeln. Oder sie geben den Kundinnen Ratschläge, bevor sie diese zum Dermatologen schicken. Mit der Unterbewusstseinsarbeit in Kombination mit dem Fachwissen über die Haut können Kosmetikerinnen ihren Kundinnen einen ganz neuen Blickwinkel auf ihre Schönheit geben. Natürlich ist es wichtig, sich davor auf diesem Gebiet weiterzubilden, zum Beispiel mit fundierten Weiterbildungen rund um das Thema Psychosomatik und Hautgesundheit oder mit einer Ausbildung zum Mental Coach.

gesprochen. Und auch in unserer westlichen Kultur beschäftigen sich immer mehr Ärzte und Psychologen mit diesem Ansatz, von dem auch Kosmetikerinnen profitieren können. In dem Moment, in dem man aufhört, Hautthemen als Problem zu sehen, sondern als Signal des Körpers, der mit uns sprechen möchte, tut sich für uns und unsere Kundinnen eine ganz neue Welt der Hautpflege auf – denn Hautpflege ist eben auch Seelenpflege.

1. UNREINE HAUT

Unreine Haut ist eine der häufigsten Hautkrankheiten in den westlichen Regionen der Welt. Rund 80 Prozent aller Teenager sind davon betroffen, und auch immer mehr Frauen im Erwachsenenalter leider unter unreiner Haut. In der Psychosomatik heisst es, jeder Pickel steht für einen kleinen Wutausbruch. Und für angestaute Energie, die heruntergeschluckt wurde. Daher sucht sich die Energie den Weg durch die Haut an die Oberfläche, um wahrgenommen zu werden. Die unreine Haut will demnach also zeigen, dass eine Konfliktsituation vorliegt, die wir unbedingt lösen sollten. Das beste Beispiel sind die typischen „Stresspickel“, denn auch Stress ist eine Art von Konflikt, der

uns zur Weissglut treiben kann. Da unreine Haut meistens mit Beginn der Pubertät ausbricht, ist es auch möglich, dass unsere Sexualität die Symptomatik verstärken kann. Natürlich muss sich unser Hormonsystem in der Pubertät erst mal neu orientieren, besteht die unreine Haut aber auch über dieses Alter hinaus, lohnt es sich auf jeden Fall, etwas genauer auf dieses Thema zu schauen.

Mögliche Gedankengänge, die zu so einem Konflikt führen können, sind zum Beispiel:

- „Ich bin wütend.“
- „Ich will nicht erwachsen werden.“
- „Ich möchte gerne ... tun, aber ich möchte keinen enttäuschen.“

Hier könnte für ein ganzheitliches Verständnis nachgehakt werden:

- Wann litten Sie zum ersten Mal unter unreiner Haut?
- Welchen Konflikt gab es damals?
- Welche Emotionen erlauben Sie sich nicht auszuleben?

2. TROCKENE, RISSIGE HAUT

Menschen mit trockener, rissiger Haut sind häufig sehr feinfühlig und emphatische Menschen. Diese Eigenschaften machen es einem aber oft schwer, klare Grenzen im Alltag zu setzen. Da die Haut auch ein Abgrenzungsorgan ist, liegt der Gedanke nahe, dass trockene, rissige Hautstellen stellvertretend Grenzen ziehen, um zu schützen. Solche Hautsymptome könnte somit ein Ausdruck fehlender Liebe oder Geborgenheit sein. Betroffene dürfen lernen, ihren Wert anzuerkennen und zu sich zu stehen.

Mögliche Gedankengänge, die zu so einem Konflikt führen können, sind zum Beispiel:

- „Ich bin nicht gut genug.“
- „Ich bin nicht liebenswert.“
- „Ich möchte gerne ... tun, aber ich darf das nicht. Ich möchte keinen enttäuschen.“

Hier könnte für ein ganzheitliches Verständnis nachgehakt werden:

- Seit wann leiden Sie unter trockener, rissiger Haut?
- Fehlte es zu diesem Zeitpunkt an Geborgenheit?

- Von welchen nahestehenden Personen könnten Sie sich verletzt fühlen, haben es aber verdrängt?

3. HERPES

Herpes ist ebenfalls ein äusserst spannendes Phänomen. Ihm sagt man in der Psychosomatik nach, dass er dann auftritt, wenn sich zu viel unausgesprochene Energie ansammelt. Man kann sich das so ähnlich vorstellen wie bei unreiner Haut. Beim Herpes geht es auch um unterdrückte Energien, aber vor allem darum, dass Wahrheiten zurückgehalten werden, zum Beispiel aus der Angst heraus, seine Liebsten zu verletzen. Man geht über seine eigenen Grenzen und schluckt seine Emotionen herunter, dabei rufen sie förmlich danach, ausgesprochen zu werden.

Diese Energie sammelt sich dann so lange an, bis sie es nicht aushält und „aus den Lippen platzt“. Diese Erfahrung durfte ich auch am eigenen Leib erleben: Ich hatte jahrelang selbst mit regelmässigen Herpesausbrüchen zu kämpfen, bis ich gelernt habe, meine Wahrheit zu sprechen und meinen Emotionen Raum zu geben, auch wenn es manchmal schwerfällt.

Mögliche Gedankengänge, die zu so einem Konflikt führen können, sind zum Beispiel:

- „Ich muss mich anpassen, um gemocht zu werden.“
- „Mir hört eh keiner zu.“
- „Meine Meinung ist nicht wichtig.“

Hier könnte für ein ganzheitliches Verständnis nachgehakt werden:

- Wann haben Sie das erste Mal Herpes bekommen?
- Wem haben Sie dabei innerlich Vorwürfe gemacht und Ihre Wut dabei heruntergeschluckt?
- Was brauchen Sie, um vergeben zu können?



Jessica Luft

Die staatlich anerkannte Kosmetikerin ist zudem ausgebildete Make-up-Artistin und Ernährungsberaterin. Sie führt in Nagold ihr ganzheitlich ausgelegtes Kosmetikinstitut. www.whiteroses-beauty.de

BEAUTY FORUM EVENTS 2023

BEAUTY BUSINESS DAY LUZERN Seite 55

FUSS + MEDICAL BEAUTY KONGRESS Seite 58



BEAUTY BUSINESS
DAY LUZERN by COSMOPROF

EIN-TAGES-EVENT FÜR PROFIS

Am 22. Mai 2023 laden wir Kosmetikprofis in das luxuriöse Hotel Schweizerhof ein, um mit uns einen Tag im Zeichen der Schönheit zu verbringen: Besuchen Sie die Fachausstellung, entdecken Sie neue Produkte und Marken und nutzen Sie die Gelegenheit, in persönlicher Atmosphäre Kontakte zu knüpfen.

Ein Tag, sechs spannende Vorträge und zahlreiche Aussteller aus der Schweizer Kosmetik-, Nail- und Medical-Beauty-Branche warten am 22. Mai 2023 bei unserem BEAUTY BUSINESS DAY LUZERN auf Sie!

IM HERZEN DER SCHWEIZ

Unsere Eventreihe hat ihren Auftakt im Herzen der Schweiz, im Hotel Schweizerhof in Luzern. In den prächtigen Sälen des Hotels erwartet Sie ein spannendes Ein-Ta-

ges-Event, das Ihr Beauty-Business in den Fokus rückt: Die Fachausstellung mit zahlreichen Marken bietet Ihnen die Möglichkeit, Neuheiten zu entdecken und persönliche Beratungsgespräche zu führen.

EXPERTENVORTRÄGE

Das Rahmenprogramm bietet Ihnen von 10.00 bis 16.00 Uhr verschiedene Expertenvorträge zu praxisnahen Themen wie Behandlungskonzepte im Kosmetikinstitut, Selfbranding und Selbstmarketing als Kosmetike-

rin sowie Treatments für Gesicht und Körper. Ab Seite 56 finden Sie ausführliche Informationen zum Programm.

ALLES INKLUSIVE

Im Ticketpreis für CHF 35 ist alles inbegriffen: Der Eintritt zur Fachausstellung, das Rahmenprogramm und auch der 5-Sterne-Stehlunch. Genießen Sie einen Tag im Zeichen der Schönheit!

Aktuelle Informationen zu unseren Events finden Sie unter **www.beauty-fairs.ch/events-2023**

DAS VORTRAGSPROGRAMM

Begleitend zum Ausstellungsangebot finden im Vortragssaal informative Firmenpräsentationen ausstellender Unternehmen und Fachvorträge von Branchenexperten statt. Alle Vorträge sind im Ticketpreis enthalten.

10.00 – 10.45 Uhr

Behandlungskonzepte in Ihrem Institut für mehr Erfolg

Referentin: Stefanie Steinfeldt, Lasermed Produktverantwortliche Deutschschweiz und Tessin

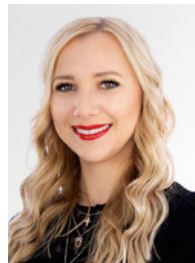


Jedes Kosmetikinstitut bietet verschiedene Verfahren an. Für den Erfolg Ihres Instituts ist es wichtig, diese Verfahren miteinander zu einem Behandlungskonzept zu kombinieren. Im Vortrag stellt Ihnen Stefanie Steinfeldt ein erfolgreiches Behandlungskonzept am Beispiel der thermo-mechanischen Behandlung mit Mezotix, kombiniert mit Microneedling mit dem Dermapen4 vor.

12.00 – 12.45 Uhr

Get your Glow! – Warum das Aqua Facial Treatment ein fester Bestandteil in Ihrem Institut sein sollte

Referentin: Jasmin Zentara, Kosmetikerin und Wellnessfachwirtin und Beauty-Expertin



Aqua Facials versprechen nicht nur sofort sichtbare, sondern auch nachhaltige Ergebnisse. Der Beautytrend aus den USA ist nicht nur fester Bestandteil der Schönheitsroutinen der Stars, mittlerweile zählt die Behandlung auch zum meist gegoogelten Treatment im deutschsprachigen Raum. Erfahren Sie im Vortrag mit Live-Demonstration mehr über das beliebte Facial.

14.00 – 14.45 Uhr

Kann man Cellulite schnell loswerden? Infos und Tipps für realistische Erwartungen

Referentin: Andrea Gabathuler-Friedli, Dipl. Gesundheitsmassseurin, ehemalige Dozentin an der Swiss Wellness Academy und langjährige LPG-Ausbildnerin



Cellulite betrifft mehr als 95 Prozent der Frauen im Lauf ihres Lebens. Selbst schlanke und sehr sportliche Frauen können an den Dellen leiden. Die Cellulite wieder loszuwerden, ist meist schwierig. Denn ihre Ursache liegt in der Struktur der Haut und in den Genen.

11.00 – 11.45 Uhr

Bye-bye Konkurrenz: Wie Sie sich mit Self Branding erfolgreich positionieren

Referentin: Petra Wüst, Geschäftsleitung Wüst Consulting GmbH und Expertin für Self Branding und -Marketing



Der Wettbewerb im Kosmetikbereich ist gross. Fachkompetenz ist wichtig, doch auch Sie als Person und Ihr Image sind ausschlaggebend für den Erfolg. Besitzen Sie und Ihr Institut bereits ein gewinnendes Markenimage? Fühlen Sie sich damit verbunden, und sprechen Sie gerne darüber? Schaffen Sie eine Atmosphäre, die Sie für Ihre Gäste zur Nummer 1 macht? Im Referat erfahren Sie, worauf es bei einem authentischen Self Branding ankommt, wie Sie sich abheben und mit einer erfolgreichen Selbstvermarktung ins rechte Licht rücken – offline und online.

13.00 – 13.45 Uhr

Die Rolle der Konservierungsmittel in der Kosmetik – Geht es ohne schädliche Zusätze?

Referentin: Eveline Hartmann, Kosmetikerin EFZ und Generalvertretung der Kosmetikmarke NEOVITA für die Schweiz

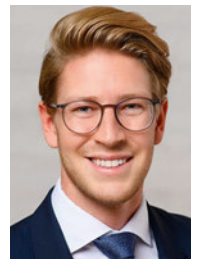
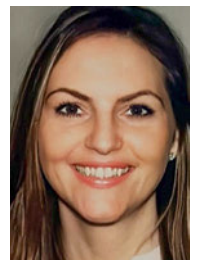


Damit Produkte länger haltbar sind, verwendet die Industrie für Nahrungsmittel aber auch für Kosmetika Konservierungsstoffe. Diese können zu Allergien und Unverträglichkeiten führen. Nachhaltigkeit und die Nähe zur Natur ist mehr als ein Trend und die Kosmetikbranche muss sich dieser Herausforderung stellen. Die Frau von heute erwartet ein wirkungsvolles Produkt aber auch Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein der Marke. Welche Antworten hat die Kosmetikbranche auf diese Ansprüche?

15.00 – 15.45 Uhr

Collagen – Wie funktioniert das Anti-Aging-Wundermittel?

Referenten: Tanja Sehmby, Aussen dienst Kosmetik, und Tobias Högenauer, Verkaufsleitung Dr. Niedermaier Pharma Switzerland



Im Vortrag geht es darum, wie Collagen wirkt und was bei der Anwendung und Einnahme beachtet werden sollte. Ausserdem zeigen die Referenten, welche Arten von Collagen es gibt und geben einen Ausblick auf wissenschaftliche Fakten im Zusammenhang mit Collagen. Auch die Integration in das Kosmetikinstitut zur Erwirtschaftung eines Umsatzplus ist Teil des Vortrags.

DIE LOCATION

Zentral und prunkvoll: Das Hotel Schweizerhof in Luzern – perfekt für den BEAUTY BUSINESS DAY!

Das Hotel Schweizerhof in Luzern ist seit fünf Generationen familiengeführt und beeindruckt mit seinem prunkvollen Interieur. Das Hotel bietet mit seinem edlen Ambiente genau den richtigen Ort für unseren BEAUTY BUSINESS DAY.

Bei einer Kaffeepause können Sie den Blick über den Vierwaldstättersee und die Alpen schweifen lassen. Und wenn Sie etwas mehr Zeit mitbringen, dann schlendern Sie doch an der Seeuferpromenade in die historische Altstadt von Luzern.

Vom Bahnhof aus erreichen Sie das Hotel Schweizerhof in nur fünf Minuten zu Fuss. Im Halbstundentakt können Sie mit dem Zug von Zürich, Basel und vielen weiteren Orten nach Luzern reisen.

Wenn Sie unseren BEAUTY BUSINESS DAY mit dem Auto besuchen, haben Sie die Möglichkeit, den öffentlichen Parkplatz „Schweizerhof“ zu nutzen.



Tickets unter
www.beauty-fairs.ch/luzern

FOTOS: HOTEL SCHWEIZERHOF LUZERN

AUSSTELLENDEN FIRMEN UND MARKEN

Mit diesen Marken können Sie beim BEAUTY BUSINESS DAY Luzern ins Gespräch kommen.



(STAND: 24. MÄRZ 2023)

Event
VORSCHAU

KONGRESS IN BADEN

FUSS + MEDICAL BEAUTY KONGRESS

Besuchen Sie unseren brandneuen FUSS- & MEDICAL-BEAUTY-KONGRESS am 18. Juni 2023 und erleben Sie einen exklusiven Ein-Tages-Event mit fachspezifischen Vorträgen zu den beiden Themengebieten. Die Fachaustellung mit praxisnaher Demonstrationsfläche ermöglicht es Ihnen, neue Produkte und Marken hautnah kennenzulernen. Ein Kongress für alle Fusspflegerinnen und Fusspfleger sowie Medical-Beauty-Profis!

TICKET SICHERN:



**Einfach QR-Code
scannen!**



BEAUTY FORUM
**FUSS + MEDICAL BEAUTY
KONGRESS**
by CCBV/CPGF

FOTO: PROSTOCK STUDIO/SHUTTERSTOCK.COM

Sie sind Fusspflegerin oder Medical-Beauty-Experte? Dann haben wir genau den richtigen Kongress für Sie: Unser FUSS- UND MEDICAL-BEAUTY-KONGRESS am 18. Juni 2023 in der modernen Trafohalle Baden, vereint zwei Themen unter einem Dach. Das hochkarätige Vortragsprogramm wird begleitet von einer Fachausstellung mit verschiedenen Firmen und Marken.

VORTRÄGE UND AUSSTELLUNG

Der Ein-Tages-Event bietet Ihnen ein volles Programm rund um die beiden Themenblöcke. Auf der Bühne wechseln sich Expertenvorträge aus der Podologie sowie der medizinischen Kosmetik ab. Damit Sie keine Vorträge verpassen, findet das Bühnenprogramm im selben Raum wie die Ausstellung statt – so sind Sie immer mitten im Geschehen.

Die Fachausstellung bietet Ihnen die Möglichkeiten, neue Marken und Produkte kennenzulernen und auszutesten. Neu ist die Demonstrationsfläche, auf der ausstellende Marken ihre Produkte in Livepräsentationen zeigen und Sie die Marktneuheiten hautnah erleben können.

EIN TICKET, ALLES DRIN

Im Ticket für CHF 45 ist alles inbegriffen: die Vorträge, Podiumsdiskussion und die Fachausstellung sowie Getränke, Kaffeepausen und ein schmackhafter Stehlunch. Ein weiterer Pluspunkt: Als Verbandsmitglied der SGMK und des SFPV erhalten Sie 25 Prozent Rabatt beim Kauf Ihres Tickets.

Die aktuellen Informationen rund um den Event finden Sie auf unserer Webseite: www.beauty-fairs.ch

Die Ticketanzahl ist begrenzt – sichern Sie sich jetzt Ihr Ticket! Einfach QR-Code scannen:



AUSSTELLENDEN FIRMEN UND MARKEN

BINELLA
OF SWITZERLAND



swissesthetic
medical solution

LPG
INNER POWER.
BETTER LIFE.



pure**swiss**
aesthetics

Unique Care
by UPN AUSTRIA®

(STAND: 24. MÄRZ 2023)

Auszug aus dem Vortragsprogramm

9.30 – 9.55 Uhr – Vortrag (Fuss)

Welchen Einfluss nimmt Diabetes auf den Nagel?

Referentin: Inge Blind,
staatlich anerkannte Podologin mit eigener Praxis

10.00 – 10.25 Uhr – Vortrag (Medical Beauty)

Hautkrebs – Die vergessene Form von Krebs in Europa

Referentin: Jessica Kaesermann-Gross,
Gründerin von RoseKin Cosmetics und Sonnenschutzexpertin

10.30 – 10.55 Uhr – Vortrag (Fuss)

Unterscheidungsmerkmale zwischen Clavi (Hühnerauge) und Verrucae (Warze)

Referentin: Inge Blind,
staatlich anerkannte Podologin mit eigener Praxis

11.00 – 11.45 Uhr – Podiumsdiskussion

Vorsorgelösungen in der Schweiz – Ihre Vorteile als Verbandsmitglied

Gäste: Antonella Laino,
Unternehmensberaterin bei der Pensionskasse des Schweizerischen Apothekervereins
Gisela Warthmann, Präsidentin SFPV
René Schätti, Vorstand SGMK

13.30 – 13.55 Uhr – Vortrag (Medical Beauty)

Bodyforming ohne OP – nicht-invasive Alternativmethoden und Trends

Referent: Stefan Neider,
Geschäftsführer UPN Austria GmbH sowie Unique Care und Unique Med

14.30 – 15.25 Uhr – Vortrag (Medical Beauty)

Alternative Behandlungsansätze von Dermatosen mittels Beachtung des Mikrobioms

Referent: Sacha Müller,
Dipl. Naturheilpraktiker TEN – Dr. Niedermaier Pharma Switzerland AG

15.30 – 15.55 Uhr – Vortrag (Medical Beauty)

Kann man Cellulite schnell loswerden? Infos und Tipps für realistische Erwartungen

Referentin: Andrea Gabathuler-Friedli,
Dipl. Gesundheitsmassseurin, ehemalige Dozentin der Swiss Wellness Academy und langjährige LPG-Ausbildnerin

16.00 – 16.25 Uhr – Vortrag

Die richtige Umsetzung von Desinfektions- und Hygienemassnahmen in der Fusspflege und im Kosmetikstudio

Referent: Fatmir Hoti,
Fachexperte für Infektionsprävention

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

■ Bern / St. Gallen

SwissCell Coaching

Vielfältige Angebote für Weiterbildung und Schulungen in der Kosmetikbranche finden Sie bei SwissCell Coaching.
Profitieren Sie von dem Fachwissen, Know-how und mehrjähriger Erfahrung unserer Schulungsleiterin Tiziana Capuano med. Kosmetikerin FA. In unseren Weiterbildungsangeboten und Schulungen erlernen Sie vertieftes Wissen in folgenden Bereichen:

- Professionelle Hautbeurteilung, Anamnese, Behandlungspläne erstellen & Verkaufstechniken
- Vertieftes Fachwissen über schweizerische Zellkosmetik (SwissGetal und CellDermal Produkte)
- Sichere und effektive Behandlungsabläufe mit milden chemischen Peelings (CellDermal Cosmeceuticals), Kollagenfäden und Jett Plasma
- Effektive Behandlung von Hauptproblemen wie Akne, tiefe Falten und Pigmentstörungen.

Melden Sie sich bei uns und erfahren Sie mehr über unsere Schulungen und Schulungsdaten.
Schulungsstandorte: Bern & St. Gallen
E-Mail: info@swisscellcoaching.ch
Tel. +41 31 3123600
www.swisscellcoaching.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, Selfcare, IPL, Sachkundenachweis (geplant), 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.

- Kosmetische Fusspflege
 - Fussreflexzonenmassage
 - Kl. Massage
 - Manuelle Lymphdrainage im Gesicht
- 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 aus-

zahlt. 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. Auch ein Kosmetiklehrgang mit integriertem Sachkundenachweis ist geplant. 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, Depigmentierung, 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

■ Bern / St. Gallen

SwissCell Coaching

Vielfältige Angebote für Weiterbildung und Schulungen in der Kosmetikbranche finden Sie bei SwissCell Coaching.

Profitieren Sie von dem Fachwissen, Know-how und mehrjähriger Erfahrung unserer Schulungsleiterin Tiziana Capuano med. Kosmetikerin FA. In unseren Weiterbildungsangeboten und Schulungen erlernen Sie vertieftes Wissen in folgenden Bereichen:

- Professionelle Hautbeurteilung, Anamnese, Behandlungspläne erstellen & Verkaufstechniken
- Vertieftes Fachwissen über schweizerische Zellkosmetik (SwissGetal und CellDermal Produkte)
- Sichere und effektive Behandlungsabläufe mit milden chemischen Peelings (CellDermal Cosmeceuticals), Kollagenfäden und Jett Plasma
- Effektive Behandlung von Hauptproblemen wie Akne, tiefe Falten und Pigmentstörungen.

Melden Sie sich bei uns und erfahren Sie mehr über unsere Schulungen und Schulungsdaten. Schulungsstandorte: Bern & St. Gallen
E-Mail: info@swisscellcoaching.ch
Tel. +41 31 3123600
www.swisscellcoaching.ch

■ Birmensdorf

MED BEAUTY SWISS AG WISSEN SCHAFFT SCHÖNHEIT®

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

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

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

■ Zürich

Fachakademie für Ästhetische und Medizinische Kosmetik Zürich

Wir setzen uns für ein professionelles Miteinander von Kosmetikerinnen und Ärzten ein. Kosmetikerinnen übernehmen in dieser Zusammenarbeit wichtige Aufgaben als Bindeglied zwischen Patienten und Patientinnen und den Ästhetikmedizinerinnen. Wir bieten insgesamt vierzig Module zur Weiterbildung an:

- Grundlagen der Dermatologie, Anatomie und Physiologie der Haut und Hautkrankheiten medizinische Grundlagen • Prä- und postoperative Behandlungen • Bleaching im Intimbereich – (HA, Whitening und Pflege) • Manuelle Lymphdrainage • Vampir-Lifting / PRP Therapie • Coaching von A bis Z für die Kosmetikerin, Kundengewinnung • Professionelle Mesotherapie freihändig (Theorie und Praxis) • Cosmeceuticals und Raw Materials in Cosmetic Products • Onkologie • Ernährung • Chemische Peelings, AHAs, BHAs, TCAs, Retinol • Menopause und Hautbehandlungen • Buchhaltung, Businesspläne für Selbstständige • Laserschutzbeauftragtenkurs nach BGV B2 und OStrV • Faltenbehandlung, Alterungsprozess des Gesichts und Konzepte der Gesichtsanatomie • Naturkosmetik • Diamant Mikrodermabrasion mit Ultraschall • Hydra Peel Face Prof • Elektro-Muskuläre-Stimulation • Nd:YAG Carbon Peeling Laser • BB Glow • Mesoporation (Mechanische Mesotherapie) • Cold Plasma • Radiofrequenz (Gesicht und Körper) • Pressotherapie • SHR / IPL / Diodenlaser • Hautdiagnose mit Gerät • Plasma Pen • HIFU / Facelift ohne OP (Theorie und Live-Demonstration vom Fachexperten) • RF-Microneedling • Professionelle Mesotherapie mit Mesopistole • Microneedling mit dem Pen • Microneedling mit dem Dermapen • Kavitation, Ultraschall • Kryolipolyse • Stosswelle • Lichttherapie / Anti Aging • Unterschiede zwischen Diodenlaser, Alexandrit- und Nd:Yag Laser • Grundlagen der Kosmetologie • Grundlagen der Medizin

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

LASHES

■ Frauenfeld

alessandro Schweiz AG / GL Beautycompany

Die alessandro Schweiz AG zählt durch ihr umfassendes Qualitätssortiment zu den führenden Anbietern von hochqualitativen Produkten

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

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

■ Quartino

VIPLASHES

Die VIPLASHES GmbH bietet seit 2009 professionelle Schulungen in den Bereichen: Wimpernverlängerung, Lash Lifting, Brow Lifting, Brow-Henna und Seidenfaden-Lifting ohne Nadel an. Die von erfahrenen Trainerinnen geleiteten Schulungen finden in der ganzen Schweiz statt und sind immer Einzelschulungen. Alle VIPLASHES Produkte werden in Zusammenarbeit mit den Produzenten selbst entwickelt und in Europa hergestellt. Die Naturkosmetiklinie SanPietro-LAB aus Italien führen wir in Kooperation und exklusiv als Distributor. Qualität und Innovation ist unsere Motivation. Unsere Produkte richten sich immer nach der EU-Kosmetikverordnung. Gerne informieren und beraten wir Sie persönlich, denn dies ist bei VIPLASHES immer Chefsache.

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

■ Zürich / Schaffhausen

Luxus Lashes Schweiz

Wir bieten Ausbildungen zur zertifizierten Profi-Wimpernstylin. Unser Angebot umfasst: Einsteigerschulungen, Volumenschulungen, Lash- und Brauenlifting sowie Umschulungen nach Wunsch auch in Ihrem Studio. Bei uns in Schaffhausen erwarten Sie moderne Schulungsräume und kleine Gruppen. Sie erhalten fachmännisches Wissen mit viel Praxis von Profis mit langjähriger Erfahrung vermittelt.

Gerne informieren und beraten wir Sie persönlich, um für Sie den passenden Schulungstermin zu vereinbaren.

Luxus Lashes Schweiz
Anita Dolder
Stadthausgasse 23, 8200 Schaffhausen
mail@augenblick-sh.ch
www.luxuslashes-schweiz.ch

MAKE-UP

■ Bern

BLEND – Academy of Make-up Artistry Visagistenschule

Ausbildung / Weiterbildung

Die Nummer 1 Ausbildung zum professionellen Hair- & Make-up-Artisten / Visagisten im Herzen von Bern. Unter erstklassigen Bedingungen

baust Du Dir im familiären Umfeld eine vielfältige Grundlage auf, um in der Beautybranche durch-zustarten. Du lernst alles über Make-up und Hairstyling von Schweizer Top Make-up-Artisten und profitierst von unserem Netzwerk. In auf-bauenden Modulen bieten wir eine solide Grund-ausbildung zum Visagisten für Quereinsteiger und Fachleute sowie Weiterbildungen im Bereich Hairstyling und Make-up. Zudem organisieren wir regelmässig Workshops und Masterclasses.
Aarberggasse 36, 3011 Bern
Tel. 031 312 20 00
mail@blend-academy.ch
www.blend-academy.ch

faces Fachschule für Kosmetik academy of make-up

Professionelle Aus- und Weiterbildungen mit Diplomabschluss für Ihren Erfolg in der Beauty-Branche, all in one. KosmetikerIn, Make-up-Artist/ VisagistIn, Permanent Make-up, Naildesign, Hairstyling, Masseurln, 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 Visagistenausbil-dung 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 Aus-bildung 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-zertifizier-tem 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 Ausstrah-lung. Träumen Sie auch davon, Ihre Kunden das anzubieten?

Unsere Schulungsangebote:
Grundausbildungen PMU, Microblading, Farb-schulung, Korrektur Workshop, PMU Entfernung mit Professional Remover, Workshops Spezial Technik, Candy Lips/ Eyeliner/ Nano Brows/ Herren Pigmentation, Onkologische Pigmentie-rung, 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
Laurenzentorgasse 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 Weiter-bildungs-Seminare auch in Ihrem Institut. Ver-trieb von CE und GS-geprüften Geräten (Einsteiger- und Profigeräte), Farben, Zubehör.
Hammerstrasse 50
4058 Basel
Tel. 061 681 08 52
Fax: 061 683 11 7
admin@conny-egg-cosmetics.ch
www.conny-egg-cosmetics.ch

■ Dottikon

Natural Design Swiss Academy

- Offizielles PMU Verband Ausbildungsinstitut.
- Über 20 Jahre Erfahrung.
- Grundausbildung mit persönlicher Betreuung bis zu einem Jahr nach der abgeschlossenen Ausbildung.
- Visagistik-Kurs und verschiedene Weiterbil-dungen.
- Medizinisches Permanent Make-up.
- Areola, Trichopigmentation, SMP
- Modelle werden für Sie organisiert
- Ausbildung in Deutsch, Italienisch, Portugie-sisch, Englisch und Spanisch.

Othmarsingerstrasse 3, 5605 Dottikon AG
Tel. 056 535 43 34, www.naturaldesign.ch

NAIL

■ Frauenfeld

alessandro Schweiz AG

Die alessandro Schweiz AG zählt durch ihr um-fassendes 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. Professio-nelle 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.your-beauty-shop.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 Weiterbildun-gen an den Standorten Burgdorf und Dübendorf warten auf Sie. Erfahrene Dozenten und Dozen-tinnen bilden Sie in den Bereichen Wellness, Kosmetik, Fusspflege, Selbstmanagement, Massage, Selfcare, IPL, Sachkundenachweis (ge-plant), 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 Dermapaepil Sugaring Profi. Mit unseren Ausbildungsangeboten in kleinen Gruppen von zwei bis sechs Teilnehmern können auch Sie diese zuckersüsse Haarent-fernungsmethode erlernen und sofort in Ihrem Institut anbieten. Mit der „Dermapaepil Basic“ Schulung legen Sie den ersten Grundstein für Ihre Ausbildung. Vertiefen und festigen Sie vier bis sechs 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.

Laurentzengasse 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, Selfcare, IPL, Sachkundenachweis (geplant), 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 Weiterbildungsangebot:
Koloristika GmbH – Ausbildungszentrum für Farbe, Stil & Image
Wir bieten seit über 39 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, Therese Hänni,
Chaumontweg 20, 3095 Spiegel b. Bern

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

Tel. +41 31 972 18 19, Tel. +41 79 279 36 78
info@koloristika.ch, www.koloristika.ch

3C Conseil en image, Chantal Cadonin,
Rue du Midi 17, 1800 Vevey
Tel. +41 78 661 09 37
ccadonin@3cconseil.ch, www.koloristika.ch

VERBÄNDE



Schweizer Fachverband für Kosmetik
Bernstrasse-West 64, 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. 079 826 96 82
berufsverband-fusspflege@mail.ch, www.berufsverband-fusspflege.ch



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



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



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



Visagisten Verband der Schweiz
Regensdorferstrasse 32, 8108 Dällikon
Tel. 052 649 10 62, info@vdds.ch, www.vdds.ch

IHRE STERNSTUNDEN IM APRIL

HOROSKOP

Widder (21.3. – 20.4.)

IM RAMPENLICHT:

Die beiden Gute-Laune-Planeten Sonne und Jupiter richten ihre Scheinwerfer auf Sie und lassen Sie mit der Frühlingssonne um die Wette strahlen. Überhaut schenkt Ihnen der Kosmos jetzt viele grossartige Möglichkeiten, um über sich selbst hinauszuwachsen. Sagen Sie „Ja“ zu den sich bietenden Chancen, auch wenn sich wahrscheinlich nicht alle in Ihrer Umgebung über Ihren Glückslauf freuen! Denn: Auch Neid muss man sich verdienen! Lassen Sie sich davon nicht provozieren oder irritieren, sondern verfolgen Sie Ihren Weg einfach souverän und selbstbewusst.



DAS LIEBES-SPECIAL FÜR DIE GEBURTSTAGSKINDER:

In den kommenden Wochen wird wieder einmal deutlich, dass Männer und Frauen einfach unterschiedlich ticken. Das sorgt für Distanz und möglicherweise auch für kleinere Revierkämpfe oder Eifersüchteleien in Ihrer Partnerschaft. Wie gut, dass Ihr Selbstbewusstsein unerschütterlich ist und Sie zudem wissen, dass die interessantesten Love Stories selten nur harmonisch laufen. Zum Glück sorgt Liebesstern Venus für viel Liebesmagie und Versöhnung – das gilt auch für Widder-Singles. Also: Gehen Sie aus und flirten Sie, damit Amors Pfeile Sie treffen!

♈ Stier (21.4. – 20.5.):

Im April sprühen Sie vor Ideen! Aber auch ein gutes Timing, rhetorisches Geschick und sehr viel Kreativität sorgen für Erfolg. Power-Planet Mars, der Sie motiviert, alle Vorhaben zügig umzusetzen, trägt nicht nur zu Ihrem Erfolg bei, sondern sendet auch Liebes-Vibes.

♊ Jungfrau (24.8. – 23.9.):

Merkur beflügelt Ihren Geist und Mars pusht Ihre Tatkraft, so können Sie mit Können und Engagement Pluspunkte sammeln. Nicht ganz so rund läuft es in Sachen Partnerschaft. Falls Sie hier die Unzufriedenheit plagt, sollten Sie sich aktiv um Klärung bemühen.

♋ Steinbock (22.12. – 20.1.):

Haben Sie das Gefühl, das Leben sei ein Kampf? Das liegt am Einfluss eines kosmischen Spannungsfeldes der drei Yang-Planeten: Sonne, Mars und Jupiter! Das kostet Sie zwar Kraft, hindert Sie aber nicht daran, sämtliche Probleme methodisch und überlegt zu meistern.

♊ Zwillinge (21.5. – 21.6.):

Der April wird zu Ihrer Kreativ-Zentrale! Jetzt macht Ihnen das Arbeiten richtig Spass. Allerdings gibt es auch einige Verpflichtungen, die keinen Aufschub dulden. Überhaupt sollten Sie nicht den Fehler begehen und glauben, dass Erfolg jetzt ein Selbstläufer ist.

♎ Waage (24.09. – 23.10.):

Von selbst läuft gerade leider gar nichts! Denn die beiden Yang-Planeten Sonne und Mars stehen in Spannung zu Ihrer Waage-Sonne und signalisieren, dass Sie Durchsetzungskraft und Standfestigkeit benötigen, um Ihre Projekte ins Laufen zu bringen.

♊ Wassermann (21.1. – 19.2.):

Auch wenn es mehr Zeit kostet: Achten Sie jetzt auf Details! Denn mit Minus-Merkur und Minus-Uranus ist man zerstreuter als sonst und neigt zu Flüchtigkeitsfehlern. Überhaupt gilt: Ruhig bleiben und durchatmen, zahlt sich aus!

♋ Krebs (22.6. – 22.7.):

Dank Mars und Merkur steigen Ihre Karrieremöglichkeiten, doch wegen Ihrer hohen Ansprüche an Ihre Leistungen stehen sich selbst im Weg. Lassen Sie sich nicht von unnötigen Selbstzweifeln ausbremsen und starten Sie durch!

♏ Skorpion (24.10. – 22.11.):

Sie sehnen Sie sich danach, in gemächlicheren Fahrwassern zu schwimmen. Doch immer, wenn Sie sich zurücklehnen, reissen Sie Uranus und Merkur aus Ihrer Komfortzone. Aber dank Mars meistern Sie auch stressige Situationen.

♐ Fische (20.2. – 20.3.):

Die Sterne pushen Ihren Ehrgeiz und treiben Sie an! Merkur begünstigt zudem den reibungslosen Ablauf Ihres Arbeitsalltags und versorgt Sie zusammen mit Neptun mit Ideen. Nur in der Liebe läuft es nicht optimal.

♌ Löwe (23.7. – 23.8.):

Mit Sonne und Jupiter haben Sie ein starkes Duo an der Seite, um den grossen Wurf zu wagen und zu zeigen, was in Ihnen steckt. Die Sterne fordern Sie allerdings auch dazu auf, achtsam zu kommunizieren und gut zuzuhören.

♏ Schütze (23.11. – 21.12.):

Alles wofür Ihr Herz schlägt, steht in den kommenden Wochen hoch im Kurs! Denn Sonne und Jupiter geben Ihnen im April kosmischen Rückenwind und stärken Ihr Selbstbewusstsein und Ihren Optimismus!



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

30. Jahrgang 2023
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

Associate Sales Support
Estelle Schütz
Tel. +49 7243 7278 217
estelle.schuetz@health-and-beauty.com

Anzeigenpreisliste
vom 01.01.2023

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

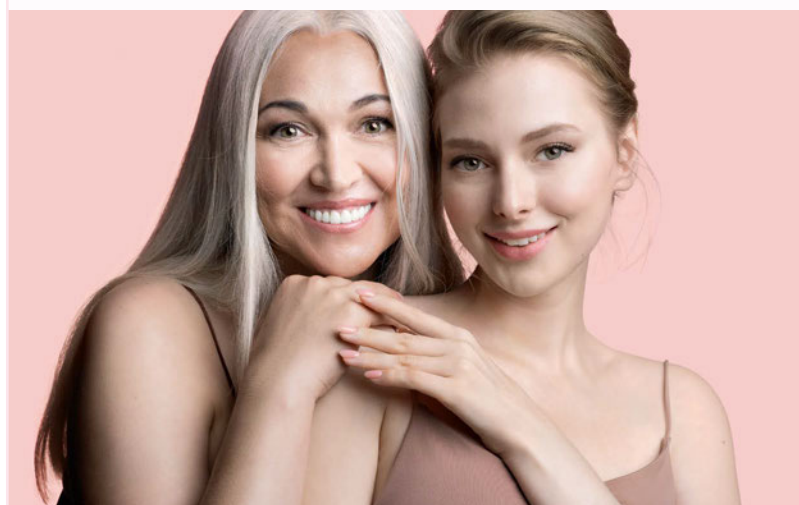
Slowenien
Apertus d.o.o.
Kamniska ulica 12
SLO-2000 Maribor, Slowenien
Tel. +38 65 1335319, d.kukovec@apertus.si

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 Re-
daktion wieder. Für unverlangt eingesandte
Manuskripte wird keine Haftung übernom-
men. Die Redaktion behält es sich vor,
Leserbriefe oder andere Beiträge evtl. ge-
kürzt zu veröffentlichen oder zu zitieren
und die Bebilderung der Fachartikel selbst
vorzunehmen.

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

NR. 05 ERSCHEINT AM 19. MAI 2023

VORSCHAU



DOSSIER:

TREATMENTS FÜR JEDE
ALTERSKLASSE

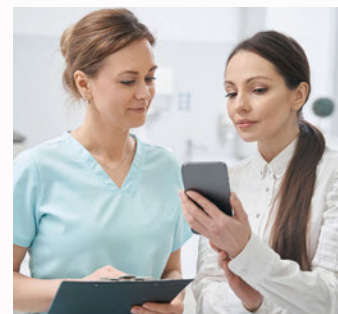
Es ist eine Frage der Generation: Je nach Alter Ihrer Kundinnen und Kunden variieren deren Erwartungen an kosmetische und medizinische Treatments in Ihrem Institut. In der kommenden BEAUTY FORUM Ed. Swiss lesen Sie, welche Hautbedürfnisse die Altersklassen haben und mit welchen Treatments Sie diese adressieren können.

RUND UM
DIE UHR

Power-Kosmetik für jede
Tages- und Nachtzeit: Immer
die perfekte Pflege.

PROFIS VS.
INFLUENCER

Warum die Kundin den sozialen
Medien nicht alles glauben sollte,
und wie Sie dies kommunizieren.



ABO-HOTLINE:

Tel. 041 417 07 70

WERBEPARTNER IN DIESER AUSGABE

CellCare Lab AG	19
CNC Skincare GmbH	35
Health and Beauty Marketing Swiss GmbH	3, U3
Kosmetik Institut Gabriella	42
Lydia Dainow Suisse Cosmetic GmbH	9
Musculus Cosmetics AG	17
Reviderm AG	U2
Schweizer Fachverband für Kosmetik SFK	41
Simon Keller AG	11
swissestetic AG	U4
VitAlga Cosmetic	42



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 ...



JACQUELINE KENNEDY

ist Global Head of Business Development CIDESCO International. Sie ist ausserdem internationale CIDESCO-Prüferin und blickt auf 24 Jahre Erfahrung als Kosmetikerin und Trainerin in internationalen CIDESCO-Schulen zurück. Geboren ist Jacqueline Kennedy im schönen Schottland, heute lebt sie in Konstanz am Bodensee.

1

Was machen Sie, wenn Sie freihaben?

Im Winter mache ich es mir gerne zu Hause mit einem guten Buch gemütlich. Dabei höre ich viel Musik. Im Sommer geniesse ich die Natur und mache Fahrradtouren am Bodensee.

2

WAS IST IHR LIEBSTES REISEZIEL UND WARUM?

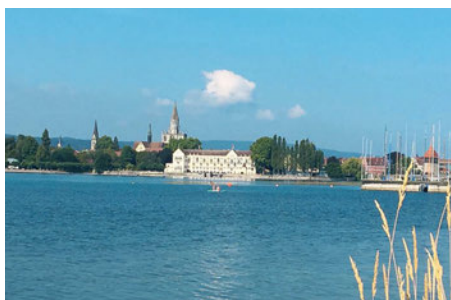
Thailand. Ich liebe die Menschen dort und ihre faszinierende Kultur! Ausserdem liebe ich das leckere Essen und die wunderschönen Kulissen.



3

Was tun Sie, um zu entspannen?

Um zu entspannen, gehe ich regelmässig zur Thaimassage. Ausserdem lasse ich mich gerne bei meiner Kosmetikerin verwöhnen.



4

WIE HALTEN SIE SICH FIT UND HEALTHY?

Ich bin Vegetarierin und esse nur regionale oder Bioprodukte. Um frische Luft zu schnappen, gehe ich regelmässig am Ufer des Bodensees spazieren.



Foto: Prostock-studio/Shutterstock.com

**SAVE
THE
DATE!**

FUSS + MEDICAL BEAUTY KONGRESS

18. JUNI 2023 · TRAFOHALLE BADEN

Fachausstellung, Vorträge & Präsentationen, Podiumsgespräche ·
Für alle Fusspflege- und Medical-Beauty-Profis · Ein Ticket, alles drin!



Tickets und Infos:
www.beauty-fairs.ch

BEAUTY FORUM
**FUSS + MEDICAL BEAUTY
KONGRESS**
by COMPROF

mesoestetic®

.com



Eine Lösung für alle Problemzonen

the element for skincare experts

swissestetic®
medical solution

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

BEAUTY FORUM

EDITION SWISS 4/2023 · SONDERHEFT



BUSINESS SPECIAL

Von A wie Altersvorsorge
bis Z wie Zusatzverkauf:
Beauty-Business-
Themen gebündelt!

BEAUTY ist auch BUSINESS

Als selbstständiger Beauty-Profi sind Sie nicht nur Expertin oder Experte in den Bereichen Kosmetik, Fusspflege oder Naildesign – Sie sind auch Unternehmerin oder Unternehmer. Ob Sie alleine arbeiten oder ein mehrköpfiges Team aufgebaut haben: In beiden Fällen müssen Sie sich mit Themen beschäftigen, die über Ihre fachliche Expertise als Haut- und Beauty-Expertin hinausgehen.

Im Daily Business eines Kosmetikinstituts sind Sie verantwortlich für die Buchhaltung sowie finanzielle Entscheidungen, ob Sie beispielsweise in ein neues apparatives Gerät investieren oder eine neue Mitarbeiterin einstellen wollen. Oder Sie möchten mit Ihrem Kosmetikstudio nun auch in den sozialen Medien so richtig durchstarten und beginnen, auf Instagram und Co. aktiv zu sein. Vielleicht denken Sie auch darüber nach, welche Möglichkeiten es gibt, um Ihr Geschäft auszubauen und Ihre Einnahmen zu erhöhen. Was auch immer davon auf Sie zutrifft, es wird sich immer wieder um Finanzen, Investitionen, Vorsorge, Kommunikation, Marketing und Verkauf drehen.

Um Sie dabei zu unterstützen, haben wir diese Sonderbeilage für Sie zusammengestellt: ein Extraheft, das sich ganz dem Beauty-Business widmet.

Ich wünsche Ihnen viel Freude und Inspiration beim Lesen!



Ihre

A handwritten signature in black ink that reads "Jacqueline Kramer".

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

EDITORIAL

INHALT

24

PERFEKTER ONLINE-MARKETING-MIX

Plattformen, Tools und Tipps für Ihren erfolgreichen Onlineauftritt



16

ENTDECKEN SIE IHR POTENZIAL

Vorteile der Persönlichkeitsentwicklung

FINANZEN

- 5 Let's Talk Money**
Intro
- 6 Mit Fokus und Herzblut ans Ziel**
Tipps für einen positiven Money Mindset
- 10 Vermögensaufbau mit ETFs**
Interview mit Clara Creitz, zertifizierte Finanzplanerin
- 12 Für das Alter vorsorgen**
Warum Sie finanziell für die Rente planen sollten

WACHSTUM

- 15 Persönliches und berufliches Wachstum**
Intro
- 16 Entdecken Sie Ihr Potenzial**
Vorteile der Persönlichkeitsentwicklung
- 20 Mitarbeiterinnen finden & halten**
So werden Sie zu einem attraktiven Arbeitgeber mit qualifiziertem Personal

KOMMUNIKATION

- 22 Richtig kommunizieren**
Intro

24 Perfekter Online-Marketing-Mix

Plattformen, Tools und Tipps für Ihren erfolgreichen Onlineauftritt

27 5 Tipps für einen makellosen Ruf

Bauen Sie Ihre Reputation auf und heben Sie sich von der Konkurrenz ab

VERKAUF

29 Erfolgreich verkaufen

Intro

30 Markenvertrieb als zweites Standbein

Interview mit Kosmetikerin und Distributorin Nicole Martin

32 Verkaufen ist wie Tango tanzen

Die Kundenbeziehung positiv gestalten

STANDARD

- 3 Editorial**
- 35 Impressum / Werbepartnerkasten**

Titelbild:

Vector Goddess/Shutterstock.com

FOTO: ROMAN SAMBORSKYI/SHUTTERSTOCK.COM

A smiling woman with blonde hair tied back, wearing a white blouse, is looking at a tablet. The word 'FINANZEN' is written vertically in large, blue, outlined letters on the right side of the image.

FINANZEN

Unsere finanzielle Situation begleitet uns ein Leben lang und nimmt Einfluss darauf, wie wir unser Leben gestalten können. Doch nur selten wird offen über Geld gesprochen. Dabei ist es essenziell, sich mit den eigenen Finanzen auszukennen. Insbesondere Frauen sind laut Studien noch häufig finanziell abhängig – auch in der Schweiz. Blättern Sie weiter, um zu erfahren, wie man sich ein positives Money Mindset aneignet, warum Sparen auf dem Konto nicht die einzige Massnahme zum Vermögensaufbau sein sollte, und was Sie als Kosmetikerin und Selbstständige zum Thema Altersvorsorge wissen sollten.



MIT FOKUS UND HERZBLUT ANS ZIEL

Finanzielle Unabhängigkeit und Selbstbestimmtheit sind grosse Faktoren für mehr Erfolg – sowohl in privaten Beziehungen als auch für Ihr Unternehmen als selbstständige Kosmetikerin. Clivia Koch ist nicht nur Präsidentin des Verbands „Wirtschaftsfrauen“, sondern blickt auch auf jahrelange Erfahrungen als CEO einer grossen Pensionskasse zurück. In ihrem Gastbeitrag gibt sie Ihnen Denkanstösse für mehr Erfolg in Sachen Finanzen mit auf den Weg.

Eine von der „annabelle“ in Auftrag gegebene Studie zeigt: Nicht einmal die Hälfte der in der Schweiz befragten Frauen im Erwerbsalter könnte zurzeit ihren eigenen Lebensunterhalt selbst finanzieren. Jede Fünfte ist der Ansicht, dass sie sich deswegen auch nicht trennen könnte. Gut für die Männer? Nein, andere Studien zeigen, Partnerschaften auf Augenhöhe sind stabiler. Diese Tatsache verdeutlicht, dass viele Frauen mehr finanzielle Freiheit und Unabhängigkeit durch eigene Einkommensquellen erhalten müssen. Sind es Vorurteile, die ihre finanziellen und unternehmerischen Möglichkeiten einschränken? Viele Frauen unterschätzen, was sie wirklich erreichen könnten. Sie gründen Unternehmen aus einer Hobby-Denkweise, um nebenbei ein bisschen Geld zu verdienen, und halten ihr Business auf einem niedrigen Niveau. Oft sind sie zu kritisch zu sich selbst und machen sich Sorgen über das, was andere denken. Doch Forschungen zeigen, dass Unternehmen, deren Gründerinnen Vollgas geben, tendenziell erfolgreicher sind als die der Herren. Also worauf warten Sie noch? Es ist an der Zeit, die Zweifel über Bord zu werfen und durchzustarten!

HINTERFRAGEN SIE IHRE GLAUBENSSÄTZE

Vielleicht haben Sie selbst schon mehrmals den Satz gehört: „Geld macht nicht glücklich.“ Aber stimmt es wirklich, dass Geld nicht zu einem zufriedeneren Leben beiträgt? Werfen wir erst einmal einen kritischen Blick auf diese Annahme. Während Geld uns mit Sicherheit nicht glücklich machen wird, erleichtert es uns das Leben und kann uns dazu bringen, unsere Ziele und Träume zu erreichen, indem es uns solide finanzielle Grundlagen bie-

tet. Es ermöglicht uns, mehr Zeit mit Freunden, unserer Familie und unseren Lieblingsbeschäftigungen zu verbringen und uns auch mal etwas zu gönnen, ohne uns Sorgen um unsere Finanzen zu machen. Wenn wir unsere Glaubenssätze und Einstellungen zu Geld hinterfragen, können wir lernen, es als ein Instrument für mehr Freiheit und Unabhängigkeit zu sehen.

SEIEN SIE UNABHÄNGIG UND SELBSTBESTIMMT

Planen Sie. Das Ziel muss sein, sich weiterzuentwickeln und nicht nur zu überleben. Erfolgreiche Menschen nehmen sich Zeit, um ihren Lebensstil zu reflektieren und ihr Business zu planen. Zwischen Familie und Unternehmen gibt es nun einmal kein ideales Gleichgewicht. Prioritäten verschieben sich. Verabschieden Sie sich vom Streben nach Perfektion. Holen Sie sich Hilfe und lernen Sie, Aufgaben zu delegieren.

NUR WER SEINE ZIELE KENNT, ERREICHT SIE

Der wichtigste Schritt ist: sich über das eigene „Warum“ klar zu sein, den eigenen Weg zu gehen und sich durchzusetzen. Sei es, um mehr Geld zu verdienen, sich selbstständig zu machen oder ein eigenes Unternehmen aufzubauen. Profitabilität und Leidenschaft gehen Hand in Hand. Ein Unternehmen muss sich an beiden Aspekten orientieren, damit es langfristig funktionieren kann. Wir alle haben ein Lebenskonzept, aber manchmal ist es schwer, Rentabilität und Passion miteinander in Einklang zu bringen. Mit einem vernünftigen finanziellen Plan und einem kreativen Geist kann man jedoch beides miteinander in Einklang bringen. Es gibt einige Möglichkeiten, wie Sie Ihr Gleichgewicht finden können:

- Erstellen Sie einen Plan: Wo wollen Sie in 5, 10, 20 Jahren sein? Wie wollen Sie in Pension gehen? Planen Sie rückwärts.
- Machen Sie sich eine Wunschliste der Dinge, die Sie im Business erreichen wollen, und priorisieren Sie diese Dinge.
- Haben Sie eine Einstellung zu Geld, die Zufriedenheit und Wohlstand gleichermaßen fördert.
- Schaffen Sie Freiräume für Ideen und neue Projekte.
- Seien Sie strategisch und schätzen Sie vor allem die Richtigkeit einer Investition ein.
- Motivieren Sie sich und lassen Sie sich nicht davon abhalten, Ihre Ideen umzusetzen.

Kennen Sie den Begriff „Lifestyle-Inflation“? Steigt das Einkommen nach oben, klettert automatisch auch der Konsum nach oben. Ein Blick auf das Budget untermauert die Ziele und bringt Struktur in die Finanzen. Disziplin und Verantwortung sind für jedes erfolgreiche Unternehmen wichtig. Gute Zeiten bieten eine ausgezeichnete Gelegenheit, Rücklagen zu bilden, die bei schwankenden Umsatzergebnissen helfen können.

NUTZEN SIE IHRE ZEIT RICHTIG

Wie der römische Philosoph Lucius Annaeus Seneca bereits sagte: „Es ist nicht zu wenig Zeit, die wir haben, sondern es ist zu viel Zeit, die wir nicht nutzen.“ Selbständig Erwerbende verdienen vor allem in der Aufbauphase weniger als Angestellte, und Firmengründerinnen und Firmengründer sind selten Senkrechtstarter. Wer sich selbstständig machen will, braucht Ausdauer und eine solide Weiterbildung. Start-

DIE SMART-METHODE

Planen Sie mit der **SMART-Methode**. Die fünf Buchstaben helfen immer wieder, unsere Ziele klar zu definieren:

- S** **Spezifisch** = klar formuliert
- M** **Messbar** = Legen Sie fest, wann das Ziel erreicht ist
- A** **Aktion** = aktionsorientiert, immer mit Verb beginnen
- R** **Realistisch** = nicht zu utopisch, das macht keinen Spass
- T** **Terminiert** = ein klarer Zeitplan, Zeithorizont

ups benötigen drei Jahre Anlaufzeit, bis sie sich einen stabilen Kundenstamm aufgebaut haben.

Stetige Weiterbildung ist ein Muss. Wissen ist neben den Finanzen eine wichtige Ressource für den Unternehmenserfolg. Nehmen Sie sich die Zeit und investieren Sie in sich selbst und in Ihre Zukunft.

Die Kosmetik- und Wellnessbranche ist eine wachsende Branche. Aber eine gute Idee reicht noch nicht: Erst mit der richtigen Strategie und einer Fokussierung erkennen Sie, welche Schritte Sie zum Erfolg bringen. Verzetteln Sie sich nicht mit einem zu breiten Angebot – finden Sie Ihr Spezialgebiet und bilden Sie sich dort weiter.



Es gibt zahlreiche Netzwerke für Frauen, Beraterinnen und Weiterbildungen. Der Markt ist leider sehr intransparent, und die Qualitätsunterschiede sind gross. Aus diesem Grund sollten Sie vor der Entscheidung für eine Weiterbildung oder Beratung immer recherchieren, damit Sie sich sicher sein können, dass die Person, an die Sie sich wenden, wirklich kompetent ist und über die nötigen Qualifikationen verfügt, Ihnen die bestmögliche Beratung zu geben. Wie erkennt man selbst ernannte Finanzexpertinnen? Auf YouTube & Co. fühlen sich heute viele Influencerinnen dazu berufen, Rat zu geben. Hier ist Vorsicht geboten. Hüten Sie sich vor Fake-Experten. Kaufen Sie nichts,

”
STETIGE WEITERBILDUNG IST
EIN MUSS. WISSEN IST NEBEN
DEN FINANZEN EINE WICHTIGE
RESSOURCE FÜR DEN UNTER-
NEHMENS ERFOLG.

was Sie nicht verstehen, und hüten Sie sich vor Phrasen wie: „Garantierter Gewinn“ oder „Verdiene dein Geld im Schlaf“.

FINANZEN UND BWL SIND KEIN HEXENWERK

Verabschieden Sie sich von dem Gedanken, dass Sie ein akademisches Studium absolvieren müssen, um finanzielle und betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse zu erlernen. Eine Firma zu führen, lernen wir nicht theoretisch, sondern durch Führen. Ein Partner an Ihrer Seite ist eine tragende Säule, sowohl im privaten als auch im beruflichen Kontext. Besprechen Sie mit Ihrer Familie und Ihrem Netzwerk, wie viel Unterstützung Sie von wem erwarten können. Finanzielle Unabhängigkeit ist kein Wunschtraum, sondern eine erlernbare Fähigkeit, die mittels betriebswirtschaftlicher Weiterbildung, eines guten Netzwerks und etwas Hilfe erreicht werden kann.



Clivia Koch

gründete „Koch Pohl Consulting GmbH“. Zuvor verantwortete sie als CEO einer Pensionskasse ein Vermögen von CHF 8 Mrd. Seit 2009 ist sie Präsidentin des Verbands „Wirtschaftsfrauen Schweiz“. Für ambitionierte Frauen entwickelte sie das Female-Leader-Programm.



Die vielseitige Rundumlösung für Kosmetikstudios

Verwalten Sie schnell, einfach und von überall Termine, Kunden, Produkte, Zahlungen, Gutscheine, Abonnements und vieles mehr...



Schnell und umfangreich abrechnen oder QR-Rechnungen erstellen nach Schweizer Standard.



Einfach Abos/Gutscheine verkaufen und verwalten. Coboma vereinfacht die Kontrolle und Einlösungen.



Alle Kunden-/Produktdaten im Blick mit Details, Lagerbestand, Historie und Auswertungen.



Verwaltung der Termine, Mitarbeiter, Räume und Geräte. Praktisches Online-Booking für Kunden.



Und noch vieles mehr...

Coboma übernimmt die mühsame Arbeit, damit sich Studios voll auf Ihre Kundschaft konzentrieren können.

Die Schweizer Software verwaltet Behandlungstermine, vervollständigt Kundendaten, behält den Überblick über ausgestellte Gutscheine und Abos, verwaltet das Produktlager, übernimmt die Online-Buchung, verschickt automatisch SMS- und Mail-Erinnerungen, hilft bei der Abrechnung/Zahlungsabwicklung und vieles mehr.

Dabei sind alle Abläufe auf Einfachheit getrimmt. Es ist keine komplizierte Installation nötig und Sie können mit Ihrem Computer, Tablet oder Smartphone jederzeit und von überall zugreifen. Schnell, einfach und durch die ausgefeilte Technologie zuverlässig und äusserst sicher: Argumente die bereits viele in der Branche überzeugt haben und Coboma so zum unverzichtbaren, täglichen Helfer vieler Schweizer Kosmetiker/innen macht.

Gerne zeigen wir in einer kostenlosen und unverbindlichen Online-Präsentation welche Wirkung Coboma in Ihrem Geschäft entfalten kann. **Buchen Sie ihre Präsentation unter www.coboma.ch**



www.coboma.ch
info@coboma.ch
041 361 64 44



swiss made software



VERMÖGENSAUFBAU MIT ETFs

Rund 20 Prozent der Schweizerinnen investieren. Finanzexpertin Clara Creitz sorgt dafür, dass diese Zahl steigt. Wieso es wichtig ist, dass Sie Ihr Geld nicht nur sparen, sondern auch investieren und in welcher Form Sie das tun können – dies erfahren Sie im folgenden Interview.

BEAUTY FORUM: Mit der Börse werden gern risikoreiches Zocken, schneller Gewinn und schneller Verlust des Geldes assoziiert. Selten wird an den privaten Vermögensaufbau gedacht. Warum?

Eben weil die meisten damit „Casino“ verbinden. Und das ist es auch, wenn man keine Strategie hat. Für mich ist das der Unterschied zwischen Investieren und Spekulieren. Deswegen setze ich mich ein, Frauen zu zeigen, wie sie sehr wohl mit einer Strategie langfristig investieren können, ohne Zockerverhalten und ohne sich täglich mit den Märkten auseinan-



CLARA CREITZ
ist Finanzcoach und zertifizierte Finanzplanerin. Sie ist spezialisiert auf Vorsorge und Investments für Frauen.
www.finelles.com

derzusetzen. Mein Ziel ist es, Frauen zu helfen, ihr Risikoverständnis und -verhalten aus einer anderen Perspektive zu sehen. Derzeit investieren circa 20 Prozent der Frauen und bauen sich so Vermögen auf. Ich finde, das sollten mehr sein, vor allem, da wir bei Themen wie Gender Pay Gap, Gender Pension Gap benachteiligt sind und hier selbst vorsorgen sollten.

Wie viele Privatpersonen in der Schweiz sind an der Börse investiert – und wie viele davon sind Frauen?

Derzeit sind circa 40 Prozent der Investierenden Frauen. Wenn man

”

DERZEIT INVESTIEREN CIRCA 20 PROZENT DER FRAUEN UND BAUEN SICH SO VERMÖGEN AUF. ICH FINDE, DAS SOLLTEN MEHR SEIN [...]

sich aber nun das Vermögen anschaut, das investiert wird, verändert sich das Verhältnis zu 30 Prozent Frauen und 70 Prozent Männern.

Das liegt zum einen daran, dass Männer durchschnittlich mehr verdienen und somit mehr Vermögen ansparen können. Es liegt aber auch daran, dass Männer häufiger investieren und somit ihr Vermögen für sich arbeiten lassen, Stichwort Zinseszins. Beides – mehr Lohn und ein höheres Risikoverhalten – führt zu mehr Vermögen.

Was spricht für das Investieren?

Zum einen wirtschaftliche Faktoren, die Frauen und Männer betreffen, wie das Thema Inflation. Die meisten verstehen das Konzept, verstehen aber nicht die Konsequenz.

Beispiel: CHF 50'000,- heute, sind bei einer Inflationsrate von 2 Prozent nach 30 Jahren nur noch CHF 27'600,- wert. Oder umgekehrt: Ich brauche CHF circa 90'600,-, um mir das Gleiche in 30 Jahren kaufen zu können. Eine 2-prozentige Inflationsrate ist nicht sehr hoch und ein historischer Durchschnittswert. Übersetzt heisst das: Sparen allein reicht einfach nicht! Bei Frauen kommen noch weitere Faktoren hinzu: Frauen verdienen durchschnittlich 20 Prozent weniger Gehalt. Das lässt sich durch ihre Berufswahl, Teilzeitarbeit, Berufsphasen, aber auch zu einem kleinen Teil durch Lohndiskriminierung erklären. Leider führen eben der geringere Lohn wie auch die Teilzeitarbeit und die Pausen zu einer geringeren Rente von etwa 37 Prozent im Vergleich zu Männern. Dadurch sind 15 Prozent der Frauen von Altersarmut betroffen, Tendenz steigend. Und weil es eine Scheidungsrate von 40 Prozent gibt, ist ein Mann auch keine Altersvorsorge. Das waren nun viele Gründe, aktiv zu werden.

Nun kommt meiner Erfahrung nach noch eine positive Entwicklung hinzu: Mit steigendem finanziellem Wissen und der Erfahrung, nimmt das Selbstbewusstsein von Frauen typischerweise zu, das wirkt sich indirekt wiederum auf Lohnverhandlungen aus.

Aktien, Fonds, ETFs: Welche Möglichkeiten gibt es, als Privatperson ein Portfolio aufzubauen?

Grundsätzlich gibt es vier Hauptanlageklassen: Bargeld, Anleihen, Aktien und alternative Anlagen wie Rohstoffe – dazu zählen unter anderem Gold, Immobilien, Private Equity oder Venture Capital.

Das Ziel wäre es, in alle Anlageklassen zu investieren. Wie viel in welcher Anlageklasse, hängt vom eigenen Risikoempfinden ab und von dem Anlagehorizont. Bei einem kurzen Anlagehorizont zwischen einem bis drei Jahren empfiehlt es sich, das Geld auf dem Konto zu sparen. Wenn ich acht oder mehr Jahre das Geld wachsen lassen kann, dann investiere ich wesentlich stärker in Aktien und alternative Anlagen. Produkte wie ETFs (Exchange Traded Funds = Über die Börse gehandel-

te Fonds) machen es leicht, in diese Anlageklassen zu investieren. Die Vorteile sind: Sie sind wesentlich kostengünstiger als Fonds, die Sie bei Ihrer Hausbank bekommen. Sie sind damit auch breiter aufgestellt, da Sie nicht in eine Aktie investieren, sondern in Hunderte. Und Sie können mit ETFs in die meisten Anlageklassen investieren.

Altersvorsorge mit Aktien – wie kann es funktionieren, und wie kann das Risiko gestreut werden?

Ja, das geht als Ergänzung zu den bestehenden Gefässen wie Pensionskasse und AHV. Zum einen können über die Säule 3a Gelder über digitale Anbieter investiert werden. Zum anderen kann zusätzlich mit ETFs ein eigenes Portfolio aufgebaut werden. Hierfür gibt es digitale Anbieter, über die ein monatlicher Sparplan aufgesetzt und somit automatisiert investiert werden kann.

Gibt es auch Gründe und Lebensumstände, die gegen Aktien und Co. sprechen?

Ja. Zum einen, wenn es Schulden gibt – und damit meine ich keine Hypothek. Dann geht es darum, erst einmal die Schulden abzubauen. Auch wenn ich noch keinen Puffer aufgebaut habe, wäre das erste Ziel, einen Puffer von drei bis sechs Monatsgehältern aufzubauen. Für Selbstständige sind zwölf Monatsgehälter ratsamer. Je sicherer der eigene Job, desto weniger muss man zur Seite legen, je unsicherer, desto mehr. Gelder, die kurzfristig gebraucht werden, sollten ebenfalls nicht investiert werden. Denn sonst bin ich absolut vom Markt abhängig.

Welche Rolle spielt das Mindset beim Investieren – vor allem in Krisenzeiten?

Ich denke, das Mindset, das es braucht, um an der Börse erfolgreich zu sein, ist langfristiges Denken und somit auch nicht ein täglicher Blick ins Portfolio, der nur beunruhigt. Das führt dann zu unüberlegten Handlungen in Krisen: Wer eine klare Strategie hat, muss nicht ständig Anpassungen vornehmen. Denn das führt zu Aktionismus, was wiederum Transaktionskosten hervorruft, und Rendite kostet. Daher auch der Spruch „Hin und Her macht Taschen leer“. Mein Tipp: Portfolio und Sparplan aufsetzen und sich dann anderen Dingen widmen.

Das Interview führte Jaqueline Kramer



MEHR ERFAHREN – PODCAST HÖREN

Sie möchten noch mehr über Money Mindset und Vermögensaufbau als selbstständige Kosmetikerin erfahren? Dann hören Sie in unsere neuen Podcast-Folgen mit Clara Creitz hinein – dort sprechen wir über Altersvorsorge, Investitionen in das eigene Kosmetikbusiness und über Glaubenssätze, die uns beim Thema Geld beeinflussen.



AUF DIE PENSIONIERUNG VORBEREITEN

Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, wie Ihre finanzielle Situation nach der Pensionierung aussehen wird? Da Frauen oftmals Erwerbslücken haben oder in Teilzeit arbeiten, um sich um die Kinder zu kümmern, fällt auch die Rente kleiner aus als die der Männer. Als selbstständige Kosmetikerin sind Sie zudem nicht der obligatorischen beruflichen Vorsorge unterstellt. Darum sollten Sie sich frühzeitig Gedanken über Ihre Absicherung im Alter machen. Mehr dazu erklärt Ihnen Versicherungsexpertin Antonella Laino.

FOTO: ROMAN SAMBORSKY/SHUTTERSTOCK.COM

Die Schweiz verfügt über ein solides Vorsorgesystem. Der bedeutendste Teil dieses Sozialsystems ist die Altersvorsorge. Das Thema Vorsorge begleitet uns über Jahre und Jahrzehnte, und trotzdem wird bis heute zu wenig Achtung geschenkt, weil oft die Zeit oder das Wissen fehlt, um sich mit der persönlichen Vorsorge auseinanderzusetzen.

ARMUT IN DER SCHWEIZ

Laut Bundesamt für Statistik waren 8,5 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer im Jahr 2020 von Einkommensarmut betroffen, was 722'000 Personen entspricht. Zwischen 2007 und 2013 ging die Armutsquote von 9,3 auf 5,9 Prozent zurück. Seit 2014 ist sie wieder auf 6,7 Prozent gestiegen. Die aktuelle Armutsquote liegt bei 8,7 Prozent. Die Armutsgefährdung ist insbesondere von der familiären Situation sowie der Ausbildung abhängig. Folgende Gruppen waren laut dem Bundesamt für Statistik 2020 am häufigsten betroffen:

- Einelternhaushalte
 - Paare mit zwei, drei oder mehr Kindern
 - Alleinlebende Personen unter 65 Jahren ohne Kinder
- Besonders gefährdet sind Rentner. In den vergangenen 50 Jahren hat der Anteil der Personen ab 65 Jahren in der Schweizer Bevölkerung kontinuierlich zugenommen (1970: 11,5 Prozent, 2019: 18,7 Prozent). Vor 40 Jahren hatte ein 65-jähriger Mann im Durchschnitt noch eine Lebenserwartung von 14,3 Jahren, eine 64-jährige Frau von 19 Jahren. 2019 lag dieser Wert bei 20 Jahren für Männer und 23,6 für Frauen. Das Bundesamt für Statistik geht in seinen aktuellen Szenarien davon aus, dass die Lebenserwartung im Alter von 65 langfristig weiter steigt, und zwar im Schnitt um etwa ein bis zwei Monate pro Jahr. Die steigende Lebenserwartung zeigt auf, wie wichtig es ist, die eigene Vorsorge frühzeitig in die Hand zu nehmen.

DAS DREI-SÄULEN-SYSTEM ERKLÄRT

Die erste Säule (AHV) und die zweite Säule (Pensionskasse) decken nur rund 60 Prozent des letzten Einkommens ab. Die dritte Säule (Private Vorsorge) soll helfen, die Vorsorgelücke zwischen den Leistungen der ersten und der zweiten Säule zu schliessen.

1. SÄULE: ALTERS- UND HINTERLASSENEN-VERSICHERUNG (AHV)

Ab 21 Jahren beginnt man, in die AHV einzuzahlen bis zur ordentlichen Pensionierung. Die minimale AHV-Rente pro Jahr beträgt im Jahr 2023 CHF 14'700 und die maximale AHV-Rente CHF 29'400. Wegen der Plafonierung bei Ehepaaren beträgt die gemeinsame AHV-Altersrente maximal

VORTRAG ZUM THEMA

FUSS + MEDICAL BEAUTY KONGRESS

SONNTAG, 18. JUNI 2023

Trafohalle Baden

VORTRAG: Vorsorgelösungen in der Schweiz – Ihre Vorteile als Verbandsmitglied

Referentin: Antonella Laino

Ticket sichern:

Einfach QR-Code scannen oder

Webseite besuchen:

www.beauty-fairs.ch/events-2023/fuss-medical-beauty-kongress



ALLE EVENTS UNTER
WWW.BEAUTY-FAIRS.CH

CHF 44'100. Die Höhe der Altersrente ist abhängig vom Einkommen und von den einbezahlten Beitragsjahren.

2. SÄULE: BERUFLICHE VORSORGE (BVG)

In der gesetzlichen Pensionskasse sind alle Arbeitnehmer ab dem 18. Lebensjahr mit einem jährlichen Mindesteinkommen von CHF 22'050 versichert. In den ersten Berufsjahren werden allerdings nur die Risiken Tod und Invalidität finanziell abgedeckt. Nach Erreichen des 25. Lebensjahres wird auch für die Altersrente Guthaben angespart. Dies erfolgt bis zur Aufgabe der Erwerbstätigkeit respektive bis zur Pensionierung. Mit persönlichen Einkäufen kann man seine Altersrente verbessern und man spart zusätzlich Steuern.

3. SÄULE: PRIVATE VORSORGE

Damit Sie Ihre gewohnten Lebensstandards auch nach der Pensionierung beibehalten können, empfiehlt es sich, über die 3. Säule vorzusorgen. Sie bessern Ihre Rente auf und schliessen eventuelle Einkommenslücken. Mit der Säule 3a können Sie im Verlauf Ihres Erwerbslebens bis zur Pensionierung bei einer Bank oder einer Versicherung ein Sparguthaben anhäufen. Sie sparen Steuern, da Sie Ihre Einzahlungen vom steuerbaren Einkommen abziehen können. Für Personen mit Anschluss an eine Pensionskasse beträgt der Maximalbetrag im Jahr 2023 CHF 7'056.

„PRÜFEN SIE IHRE FINANZEN REGELMÄSSIG: JE FRÜHER SIE SICH ORGANISIEREN, DESTO BESSER.“

Personen ohne Pensionskasse können maximal 20 Prozent des Erwerbseinkommens höchstens aber 35'280 CHF, einzahlen.

VORSORGE FÜR FRAUEN

In der Schweiz ist Teilzeitarbeit sehr beliebt. 37 Prozent der Erwerbstätigen arbeiten in einem reduzierten Pensum. Der Grossteil sind Frauen. Sie sind dreimal häufiger teilzeiterwerbstätig als Männer. Grund dafür ist oft die schwierige Vereinbarkeit von Job und Familie. Was bei Jobs mit Teilzeitpensum allerdings oft vergessen wird, sind die damit verbundenen Einkommens- und Vorsorgelücken. Denn wer weniger arbeitet, verdient weniger Geld und zahlt somit auch weniger in die Pensionskasse ein. Diese fehlenden Einzahlungen haben Auswirkungen auf AHV- und BVG-Rente und können die Altersrente einer Frau langfristig schmälern. Die Rente von Frauen in der Schweiz ist rund ein Drittel niedriger als diejenige von Männern.

Bei Beitragslücken, die zum Beispiel durch eine Mutterschaftspause entstehen können, ist es sinnvoll, bei der Ausgleichskasse einen Auszug Ihres persönlichen AHV-Kontos anzufragen. Die Anfrage können Sie online kostenlos machen. Stellen Sie dort eine Lücke in den Einzahlungen fest, können Sie diese innerhalb von fünf Jahren nachzahlen und so schliessen.

Ab einem Jahreseinkommen von über CHF 22'050 ist man in der Schweiz pensionskassenpflichtig. Viele Teilzeitbe-



schäftigte erreichen diese Lohngrenze jedoch nur knapp oder gar nicht, zudem wirkt sich der sogenannte Koordinationsabzug negativ aus. Der Koordinationsabzug ist ein fixer Betrag (Stand 2023: CHF 25'725), der vom Jahreslohn abgezogen wird, um den versicherten Lohn zu ermitteln.

Nach diesem versicherten Lohn richten sich die Pensionskassenbeiträge sowie die Alters-, Kinder-, Hinterbliebenen- und Invalidenrenten.

SELBSTSTÄNDIG ERWERBENDE

Selbstständig Erwerbende sind der obligatorischen beruflichen Vorsorge nicht unterstellt. Sie können sich bei der Vorsorgeeinrichtung ihres Berufsverbands versichern lassen (Art. 44 Abs.

1 BVG). Zahlreiche Berufs- oder Branchenverbände bieten diese Möglichkeit an. Diverse Einrichtungen bieten neben der Mindestleistung im Rahmen der obligatorischen Versicherung für Arbeitnehmende auch Vorsorgepläne mit weitergehenden Leistungen an (überobligatorische Vorsorge). Wer sich nicht bei einer Vorsorgeeinrichtung versichern lassen kann, ist berechtigt, sich bei der Stiftung Auffangeinrichtung BVG versichern zu lassen (Art. 44 Abs. 2 BVG).

KRITERIEN FÜR DIE WAHL DER PENSIONS KASSE

- Wie hoch ist der Deckungsgrad?
- Wie hoch ist der technische Zins?
- Wie hoch ist der Rentneranteil?
- Wie hoch ist die Verzinsung des Altersguthabens?
- Wie hoch ist der Umwandlungssatz?
- Flexibilität bei der Plangestaltung?
- Wie hoch sind die Verwaltungskosten?

Bei der Vorsorge ist es wichtig, sich auf sich selbst zu verlassen, machen Sie eine Bestandsaufnahme: Wie hoch sind Ihre Einnahmen und Ausgaben, bestehen bereits Vorsorgepolicen, Vermögenswerte oder Anlagen? Definieren Sie klare Sparziele, überlassen Sie nichts dem Zufall. Die persönliche Situation kann sich ändern, prüfen Sie Ihre Finanzen regelmässig: Je früher Sie sich organisieren, desto besser.

Quelle: Bundesamt für Statistik (BFS)

BEISPIELRECHNUNG

Eine Frau verdient CHF 23'000 pro Jahr und arbeitet 50 Prozent. Der Arbeitgeber ist verpflichtet, die Frau an eine Pensionskasse anzuschliessen. Er versichert sie mit einem vollen Koordinationsabzug. Das bedeutet Folgendes: CHF 25'000 – 25'725 = CHF 0 versicherter Jahreslohn. Das ist laut BVG-Gesetz nicht möglich. In diesem Beispiel hätte die Frau einen versicherten Jahreslohn von CHF 3'675 (minimal versicherter BVG-Lohn). Mit knapp CHF 4'000 versichertem Jahreslohn werden die Altersleistungen im Alter von 65 sehr niedrig ausfallen.

Leider wird oft in der Praxis der volle Koordinationsabzug versichert, weil es die einfache und günstigste Lösung ist. Eine bessere Lösung wäre, den Koordinationsabzug an den Beschäftigungsgrad anzupassen. Somit wäre die Berechnung folgende:

CHF 25'000 – 12'862,50 = CHF 12'137,50 versicherter Jahreslohn. Informieren Sie sich beim Arbeitgeber über die für Sie geltenden Pensionskassenregelungen.



Antonella Laino

Die Autorin ist seit acht Jahren in der Versicherungsbranche tätig und seit zwei Jahren bei der PK SAV im Aussendienst angestellt.



Es gibt viele Möglichkeiten, wie Sie sich als Kosmetikerin weiterentwickeln und wachsen können.

Weiterbildungen und Kurse auf fachlichem Gebiet sind ein grosser Teil davon. Doch auch die Persönlichkeitsentwicklung kann ein Tool sein, um in die eigene Zukunft zu investieren. Lesen Sie im Folgenden mehr dazu und erfahren Sie ausserdem, wie Sie zu einem attraktiven Arbeitgeber werden, um qualifizierte Mitarbeiter zu finden und zu halten.

WACHSTUM

WACHSTUM



ENTDECKEN SIE IHR POTENZIAL

Im Lauf unseres Lebens entwickeln wir uns ganz von selbst weiter – Erfahrungen und Erlebnisse prägen uns und helfen, neue Situationen zu meistern. Statt es dem Zufall zu überlassen, können Sie aber auch aktiv und bewusst an sich arbeiten. Genau das ist das Ziel der Persönlichkeitsentwicklung.

FOTO: ROMAN SAMBORSKY/SHUTTERSTOCK.COM

Wir alle sind verschieden, und jeder hat seine individuelle Persönlichkeit. Dennoch können Sie aktiv entscheiden, wie Sie sich weiterentwickeln möchten. Inwiefern Sie von persönlichem Wachstum profitieren und wie Sie es aktiv angehen können, erfahren Sie in diesem Beitrag.

WAS IST PERSÖNLICHKEITSENTWICKLUNG?

Die Persönlichkeitsentwicklung ist nichts anderes als das eigene Wachstum und eine stetige Veränderung der eigenen Persönlichkeitsmerkmale. Ziel ist es, das eigene Leben selbstbestimmt in die Hand zu nehmen. Unsere Entwicklung geschieht entweder bewusst und kontrolliert, das bedeutet, wir beschäftigen uns mit Themengebieten wie Selbstliebe, privater sowie beruflicher Zielsetzung und persönlicher Erfüllung. Oder sie geschieht unbewusst und unkontrolliert durch erlebte Situationen, die uns während des Lebens prägen und verändern. Auch die Menschen, die uns umgeben, können Persönlichkeitsentwicklungen in uns auslösen.

Wissenschaftlich besteht bis heute keine einheitliche Definition des Begriffs Persönlichkeitsentwicklung. Wahrscheinlich wird das auch so bleiben, denn viele verschiedene Lebensbereiche sowie Einflüsse und wie diese zusammenwirken, prägen unsere persönliche Entwicklung. Unsere Persönlichkeit entwickelt sich das ganze Leben lang und ist daher als dynamischer Prozess zu verstehen. Das will nicht heissen, dass aus einer zurückhaltenden, introvertierten Person plötzlich ein selbstverliebter Entertainer entsteht. Was wir aber tun können, ist zu erforschen und zu entwickeln, was in uns steckt.

Laut verschiedenen Quellen in der Literatur wird von den drei Säulen der Persönlichkeitsentwicklung gesprochen: die Selbsterkenntnis, die Selbstakzeptanz und die Selbstveränderung. In erster Linie geht es darum, dass wir über

uns und unser Verhalten nachdenken. Wir sprechen hier von Selbstreflexion. Bei der Selbstakzeptanz nehmen wir unsere Stärken so wie auch Schwächen an. Dies kann mit Selbstliebe gleichgesetzt werden. Bei der Selbstveränderung werden wir bewusst aktiv. Das ist der Prozess der Veränderung an uns selbst. Wir erlernen neue Routinen und Fähigkeiten, die uns persönlich wachsen lassen.

”
UM SICH BEWUSST UND AKTIV
WEITERZUENTWICKELN,
RATE ICH ZU KLEINEN
SCHRITTEN UND VERÄN-
DERUNGEN, DAMIT DIESE
NICHT GLEICH ZU EINER
ÜBERFORDERUNG
FÜHREN.

WIESO WEITERENTWICKELN?

Wieso sollen wir uns die Mühe machen, in uns selbst zu investieren? Die Antwort ist simpel: Wir alle können davon nur profitieren, denn durch Persönlichkeitsentwicklung können folgende positive Effekte eintreten, um nur ein paar wenige zu nennen:

- Souveräner Umgang in herausfordernden Situationen
- Mehr Selbstbewusstsein erhalten
- Sich so geben, wie man ist, authentisch sein
- Innere starke Haltung haben, mentale Stärke besitzen
- Bessere Resilienz
- Unabhängig von Meinungen anderer sein
- Lösungsorientierte Denkweise

Ausserdem bringt die Persönlichkeitsentwicklung nicht nur im privaten, sondern auch im beruflichen Umfeld Vorteile. Beispielsweise überzeugen Führungskräfte mit mentaler Stärke, hoher Lebenszufriedenheit und lösungsorientierter Herangehensweise.

Sicher ist auch das Fachwissen, wie im Kosmetikbereich, unabdingbar, jedoch kann eine entwickelte Führungsperson das Personal mitarbeiterorientierter und sachgerechter führen. Themen wie Selbst-, Ziel- und Zeitmanagement gehören unter anderem zu weiteren wichtigen Führungskompetenzen im Bereich der Persönlichkeitsentwicklung. Aber auch für Mitarbeitende ohne Leitungsfunktion sind solche Fähigkeiten nur von Vorteil und können das selbstständige und kundenorientierte Arbeiten erleichtern. Solche erlernten Skills steigern sowohl die persönliche als auch die berufliche Motivation und Zufriedenheit.

Mögliche Ziele der Persönlichkeitsentwicklung

Die Liste für die eigenen Ziele ist lang und doch lassen sich die Bereiche, an denen gearbeitet werden möchte, zusammenfassen:

- Selbstbewusstsein, Selbstvertrauen und Selbstliebe aufbauen
- Offen kommunizieren
- Achtsamkeit lernen
- Gelassenheit entwickeln
- Emotionen kontrollieren
- Selbstzweifel ablegen
- Vergangenheit loslassen
- Situationen akzeptieren lernen
- Alte Glaubenssätze auflösen und neue, positive gewinnen
- Seine Leidenschaft finden
- Neue Gewohnheiten aufbauen
- Neue Fähigkeiten, neues Wissen aufbauen



ROUTINEN SCHAFFEN

Persönlichkeitsentwicklung ist in der Umsetzung leider nicht ganz einfach. Das liegt daran, dass wir Menschen unsere festgefahrenen Gewohnheiten und Routinen haben. Wir tun Dinge, die wir immer getan haben, ohne sie gross zu hinterfragen. Vielleicht hätten uns aber andere Verhaltensweisen schneller ans Ziel gebracht? Wir halten jedoch am Gewohnten fest, da dieses mentale Energie spart. Deshalb benötigen wir für die persönliche Weiterentwicklung nicht nur Motivation, sondern auch Selbstdisziplin, Geduld und regelmässiges Üben. Je häufiger Sie eine bestimmte Aktivität ausüben, umso leichter wird es für Sie mit der Zeit. So verhält es sich auch mit der Persönlichkeitsentwicklung.

PERSÖNLICHKEITSENTWICKLUNG ANGEHEN

Um sich bewusst und aktiv weiterzuentwickeln, rate ich zu kleinen Schritten und Veränderungen, damit diese nicht gleich zu einer Überforderung führen. Es ist von Vorteil, wenn als Erstes die Ziele aufgeschrieben werden, die erreicht werden möchten. Danach folgt eine Aufführung von möglichen Massnahmen, die dazu dienen, die Ziele Schritt für Schritt zu erreichen. Beispiel: Mein Ziel ist es, dass ich in meinem Job als Kosmetikerin selbstbewusst auf Kundinnen und Kunden zugehen kann. Meine Massnahmen dafür sind, dass ich ein Fachbuch über „wie ich meinen Selbstwert stärken kann“ lese, und buche mir eine Coaching-Session, um mein Ziel aktiv anzugehen. Weitere Tipps für eine stetige Persönlichkeitsentwicklung könnten sein:

- Themenspezifische Podcasts hören
- Fachbücher lesen
- Online-Seminare besuchen
- Coaching buchen, um professionell an einem Thema zu arbeiten
- Für vertieftes Wissen eine Ausbildung zum Coach starten, dies ist insbesondere für Führungskräfte geeignet oder für solche, die es werden wollen

Für unsere Ziele und unser gesamtes Leben ist es unfassbar wertvoll, wenn wir uns immer wieder der persönlichen Entwicklung widmen.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Entwicklungsreise, viel Geduld und eine Menge Spass, das eigene Potenzial zu entdecken und zu nutzen.

Selbstbewusstsein stärken

Für die Säule der Selbsterkenntnis können Sie ein gutes Fundament aufbauen, indem Sie Ihr Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen stärken. Wie gelingt das?

- Eigene Komfortzone verlassen
- Fehler zulassen und an ihnen wachsen
- Sich selbst Komplimente machen und fremde annehmen
- An der eigenen Körperhaltung und -sprache arbeiten
- Sich nicht mit anderen Menschen vergleichen
- Eigene Erfolge feiern
- Sich mit Menschen umgeben, die Sie unterstützen und bereichern
- Kritik nicht persönlich nehmen
- Sich wohlfühlen: Dinge tun, die Sie glücklich machen und aus denen Sie Kraft schöpfen



Simone Horst

ist dipl. lösungsorientierte Coachin und Inhaberin von FokusCoaching. Sie ist Dozentin und Prüfungsexpertin bei der Coaching-Fachschule Deinseminar und als Marketing Communication Managerin bei Swisscom (Schweiz) AG tätig.
www.fokuscoaching.ch

Ihr Kosmetikstudio hat das Zeug zum Institut des Monats?

Dann bewerben Sie sich!

**WE
WANT
YOU!**



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

BEAUTY FORUM



MITARBEITERINNEN FINDEN & HALTEN

Viele Kosmetikinstitute suchen nach neuen, qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, doch die Bewerbungen sind rar und die Konkurrenz hoch. Kosmetikerin und Unternehmerin Rosine Dätwyler berichtet aus ihrer Erfahrung und gibt Denkanstösse, wie Sie die Bewerberinnen und Bewerber finden können, die zu Ihnen und Ihrem Institut passen.

Stellen Sie die richtigen Fachkräfte ein und lernen Sie, wie Sie heutzutage effektiv wachsen können. Sie wollen gute Mitarbeiter akquirieren, aber bisher haben Sie eher schlechte Erfahrungen gemacht? Wenn mir andere Berufskollegen sagen, dass sie sich schwertun und sie keine Kraft mehr haben, neue Mitarbeiter zu suchen, weiss ich sofort, woran das Problem liegt ... nämlich, dass das Mindset fehlt: Sie sehen das Potenzial nicht, wie man sich durch Mitarbeiter vergrössern kann, sie haben möglicherweise nicht die richtigen Personen angestellt, und es mangelt an optimierten Prozessen.

NUTZEN SIE SOZIALE MEDIEN FÜR DAS RECRUITING

In Zeiten von Social Media, ist es sehr einfach, Reichweite zu generieren und so an neue Kandidaten zu kommen. Zwei wichtige Punkte sollten Sie beachten:

- Sie brauchen dafür moderne Methoden, Kanäle und Recruiting-Konzepte, die heute gut funktionieren.
- Sie müssen aktiv werden. Eine Geschichte dazu: Ein Mann betet jeden Abend vor dem Einschlafen zu Gott und sagt: „Lieber Gott, bitte lass mich einmal beim Lotospiele eine Million gewinnen.“ Das macht er jahrelang. Eines Tages wird es dem lieben Gott zu blöd, und

er erscheint abends beim Beten und sagt: „Ich höre dein Gebet seit Jahren und würde dich gerne eine Million im Lotto gewinnen lassen. Aber du musst auch mal einen Lottoschein abgeben.“

Was will uns diese Geschichte lehren? Wir dürfen nicht nur hoffen, sondern müssen auch den ersten Schritt gehen.

Selbst mit einfachen Methoden werden Sie früher oder später die richtigen A-Mitarbeiter finden, wenn Sie genug Vorstellungsgespräche führen und sich Zeit bei der Auswahl lassen. Die meisten brauchen immer sehr dringend neue Mitarbeiter – das ist fatal! So fehlt Ihnen die Zeit, um sorgfältig zu analysieren, ob diese Mitarbeiterin wirklich für Ihr Institut qualifiziert ist. Schliesslich sollte die Person, die in Ihrem Unternehmen arbeiten möchte, sich auch mit Ihrer Mission und Ihren Werten identifizieren können. Seit über einem Jahr betreibe ich Employer Branding. Dabei zeigen wir aktiv unsere Mitarbeiterinnen in den sozialen Medien.

Sie können hierfür zum Beispiel Videoblogs nutzen, die den Unternehmensalltag zeigen, wie etwa den Alltag eines neuen Auszubildenden, um neue Azubis anzuziehen.

MERKEN !

Langfristig wird Ihnen ein attraktives Employer Branding zugutekommen, da potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf Sie aufmerksam werden und sich bei Ihnen bewerben wollen.

BLEIBEN SIE ATTRAKTIV

Studien zeigen, dass zwei von vier Mitarbeitern aus den Generationen X und Y lieber gar nicht arbeiten würden, als unglücklich in ihrem Job zu sein. Deshalb ist es essenziell, Mitarbeiter zu finden, die zu Ihrer Unternehmenskultur und zu Ihren Werten passen.

Um die Motivation der A-Mitarbeiter zu stärken, können Sie zusätzlich für die richtigen Mitarbeiter Benefits wie flexible Arbeitszeiten und Weiterbildungen anbieten, um den Arbeitsplatz noch attraktiver zu gestalten.

Weitere Optionen, um als Unternehmensmarke attraktiv zu sein:

- Employer Branding
- Attraktives Gehalt

- Challenges & Bonussystem
- Flexible Arbeitszeiten
- Weiterbildungsmöglichkeiten
- Umsatzbeteiligung

Natürlich reicht es nicht, viele Vorteile zu bieten, wenn keiner von ihnen weiss. Diese Vorteile müssen auch im Vertrag festgehalten werden.

KEINE KOMPROMISSE

An dieser Stelle könnte ich ein Lied darüber singen, was ich alles schon erlebt habe und welche falschen Entscheidungen ich getroffen habe. Vielleicht helfen Ihnen meine Erfahrungen, damit es Ihnen nicht genauso ergeht.

Der Lifecoach und Businessstrategie Tony Robbins, lehrt in seinen Seminaren beispielsweise, wie man gute Beziehungen aufbauen kann.

Dort sagt er, dass eine gute Beziehung zu 90 Prozent mit der richtigen Auswahl beginnt. In seinem Seminar zeigt er, wie man die restlichen 10 Prozent optimiert.

Das Gleiche gilt auch für Unternehmen, die Personal finden wollen. Kompromisse bei der Mitarbeiterwahl sind deshalb extrem teuer. Wenn Sie die falsche Personalwahl treffen, sollten Sie sich von der Person so schnell wie möglich verabschieden, auch wenn es die Kunden nicht verstehen oder manche abspringen.

Daher sollten Sie von Anfang an mit Sorgfalt vorgehen und insbesondere auch auf die Probezeit achten. Lassen Sie die ersten drei bis sechs Monate nicht verstreichen, ohne daraus Rückschlüsse zu ziehen.

Bringt ein neuer Mitarbeiter nicht die erwarteten Ergebnisse, heisst es oftmals: „Naja, so gut war er oder sie zwar nicht, aber immer noch besser als keiner.“ Oder: „Das wird schon noch, sie braucht etwas mehr Zeit als die anderen.“ Aber denken Sie darüber nach, wie viel Sie ein unproduktiver B- oder C-Mitarbeiter langfristig kosten wird.

Wenn Sie eine Führungsperson sind, müssen Sie die Verantwortung übernehmen und sich von einem schlechten Kandidaten verabschieden, auch wenn es wehtut.

MERKEN !

Kurzfristig wirkt sich ein Kompromiss bei der Personalwahl vielleicht nicht stark auf Ihr Unternehmen aus. Langfristig verlieren Sie mit dem falschen Mitarbeiter aber unheimlich viel Geld und Qualität.

PROBEZEIT NUTZEN

Damit die Entscheidung nach der Probezeit leichter fällt, sollten Sie im Voraus Meilensteine setzen. So haben Sie am Ende etwas Handfestes, womit Sie Ihre Entscheidung begründen können. Denn es wäre unfair, den oder die Mitarbeiter/in nach Ablauf der Probezeit abrupt zu entlassen und dafür keine Gründe zu nennen.

Ihre Meilensteine sollten drei Elemente enthalten: Kennen, Können und Resultate.

Ansonsten fängt sich Ihr Unternehmen schnell eine negative Bewertung im Internet ein. Mithilfe von Meilensteinen haben Sie hingegen ein glasklares Erwartungsmanagement. Deshalb: Machen Sie von Anfang an klar, was erreicht werden soll.

MERKEN !

Die Probezeit ist die kritischste Phase, wenn Sie neues Personal finden wollen. In dieser Phase sollten Sie genau hinschauen, denn jetzt können Sie noch eingreifen, falls die Person nicht zu Ihnen und Ihrem Kosmetikinstitut passen sollte.

KARRIEREOPTIONEN GEBEN

Sie sollten von Anfang an zeigen, welche Entwicklungsstufen es in Ihrem Unternehmen gibt. Zudem ist es wichtig, den Mitarbeitern freien Raum zu geben, um ihre Kreativität zu entfalten. Wir veranstalten einmal jährlich ein Strategie-Meeting und besprechen alle wichtigen Details zum Unternehmen. Somit zeige ich unseren Mitarbeiterinnen Folgendes:

- Sie sind für uns etwas ganz Besonderes.
- Ihre Meinung und ihre Impulse sind uns wichtig.
- Sie bestimmen sehr stark die Entwicklung des Unternehmens mit.
- Es gibt keine Geheimnisse vor den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen. Jede ihrer Fragen wird offen und ehrlich beantwortet.
- Ausserdem bekommen sie einen Einblick in die unternehmerische Sicht, weil sie alle Zahlen sehen können. Wenn Sie erfolgreich A-Mitarbeiter akquirieren und halten wollen, sollten Sie ihnen auch etwas Ähnliches bieten. Sprechen Sie offen mit Ihnen über folgende Punkte:
- Was ist die nächste Stufe für die Mitarbeiterin?
- Wie wird sich der Jobtitel dadurch ändern?

- Welche Vorteile wird er oder sie geniessen, die er in seiner oder sie in ihrer aktuellen Position noch nicht hat?
- Wodurch wird er oder sie Anerkennung und Entwicklungspotenzial erhalten?

Sehr gute Mitarbeiter können Sie kaum nur mit finanziellen Aspekten überzeugen und motivieren. Die meisten wollen auch eine Vision für ihre Zukunft und ihr persönliches Wachstum sehen und erreichen.

Insbesondere A-Mitarbeiter wollen Verantwortung übernehmen und das nächste Level erreichen. Als Unternehmerin sollten Sie bestimmen, wie dies aussehen kann und wie attraktiv es sein wird.

MERKEN !

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter finden nicht nur mehr Geld attraktiv, sondern auch Karriereoptionen innerhalb Ihres Unternehmens. Ermöglichen Sie ihnen deshalb, in der Karriereleiter nach oben zu klettern und eine Perspektive zu haben.

FAZIT

Recruiting – Mit Methoden aus den 2010er-Jahren werden Sie es eher schwer haben, A-Mitarbeiter zuverlässig und regelmässig zu finden. Schlagen Sie stattdessen neue Wege ein und versuchen Sie, Social Media für sich und die Mitarbeitergewinnung zu nutzen.

Branding – Langfristig sollten Sie auch an Ihrer Unternehmensmarke arbeiten, damit Sie Ihre Sichtbarkeit und Attraktivität erhöhen. So müssen Sie Top-Kandidaten nicht jagen – sie kommen von allein zu Ihnen.

Keine Kompromisse – Wichtig ist, dass Sie auf keinen Fall Kompromisse bei der Auswahl machen und schon in der Probezeit die Spreu vom Weizen trennen. Ansonsten kann Sie das teuer zu stehen kommen.

Motivation – Geben Sie Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch Karriereoptionen und beziehen Sie sie in die Entwicklung des Unternehmens mit ein.



Rosine Dätwyler

Die Autorin ist vom BAG akkreditierte Prüfungsexpertin, Berufsbildnerin und Unternehmerin. Sie ist Inhaberin der Maykosmetik-Institute und hat die Kosmetikmarken Maykup und Mayikiri lanciert. www.rosinedaetwyler.ch.



FOTO: DIEGO CERVO/SHUTTERSTOCK.COM

Eine klare Kommunikation ist das A und O für ein erfolgreiches Business: Denn nur, wenn potenzielle Kundinnen und Kunden Sie kennen und wissen, was Sie anbieten, werden Sie zu Ihnen ins Institut kommen. Und auch, wenn es darum geht, eine makellose Reputation aufzubauen, ist Ihre Kommunikation ausschlaggebend für den Erfolg!

KOMMUNIKATION



PERFEKTER ONLINEMARKETING-MIX

Die digitale Welt eröffnet Marketingoptionen, mit denen Sie Ihre potenziellen Kundinnen und Kunden zielgerichtet und vergleichsweise kostengünstig erreichen können. Mit einer aussagekräftigen und ansprechenden Webseite mit Responsive-Design schaffen Sie eine gute Basis. Doch wie können Sie Plattformen wie die sozialen Medien sowie Tools zur Verbesserung Ihrer Performance einsetzen? Dies und mehr erfahren Sie im Gastbeitrag unseres Online-Marketingexperten Björn Doswald.

Das Internet mit all seinen Tools, um Kunden zu erreichen, hat die Marketingwelt auf den Kopf gestellt. Es liegt jedoch an den Beauty-Studios, die vielen Möglichkeiten effektiv zu nutzen.

Die Umsetzung einer längerfristig geplanten und erfolgreichen Marketingkampagne bietet eine kostengünstige und vor allem zielgerichtete Möglichkeit, das eigene Geschäft zu vermarkten, Neukunden zu gewinnen und Mehrumsätze zu generieren.

Bevor Sie starten, sollten Sie jedoch etwas Vorbereitung betreiben. Es ist nicht in jedem Fall optimal, Geld nur in Online-Werbung zu stecken und damit Besucher auf die eigenen Auftritte zu holen, wenn diese nicht genügend ansprechend und überzeugend sind. Als Erstes müssen das eigene Geschäft und der bestehende Auftritt analysiert werden, im Speziellen das eigene Angebot, der Standort, Einzigartigkeiten sowie die damit verbundene Zielgruppe. Dies definiert, wie der Auftritt des Geschäftes nach aussen aussehen und wirken soll.



FIRMEN-WEBSEITE & SEO

Eine wichtige Grundlage für das Marketing ist die eigene Webseite. Dies wird heutzutage oft vergessen, weil man versucht, auf allen Social-Media-Plattformen omnipräsent zu sein. Die Webseite sollte mit moderner Technologie als Grundlage, einem ansprechenden Responsive-Design (das sich Geräten aller Grösse anpasst) und überzeugenden und umfangreichen Inhalten ausgestattet sein.

Google hat in den vergangenen Jahren stetig angepasst, auf welcher Grundlage die Suchresultate dargestellt und sortiert werden. Damit wird das Geschäft mit einer veralteten Webseite und zu wenig oder nicht originellen Inhalten immer mehr in Suchergebnissen ignoriert. Google analysiert das Gesamtpaket der Webseite und alle vorhandenen Inhalte, um sicherzustellen, dass Besucher auf der vorgeschlagenen Webseite das gewünschte Ergebnis finden, das sie suchen.

Der Begriff SEO (oder auch Suchmaschinenoptimierung) bedeutet, dass die Webseite und darin enthaltenen Inhalte optimal hinterlegt werden, damit die Suchmaschinen diese auslesen und auswerten können. Damit wird die Sichtbarkeit des Angebotes um ein Vielfaches gesteigert. Wenn die Webseite noch durch zusätzliche Funktionen wie Online-Booking oder einen Online-Shop erweitert wird, stehen weitere Möglichkeiten zur Verfügung, um tägliche Abläufe zu vereinfachen oder Mehreinnahmen zu generieren. Aber auch hier wird nur Erfolg erzielt, wenn der Grundaufbau der Seite sowie die Sichtbarkeit des Angebotes durch gutes SEO sichergestellt werden.

HILFREICHE SEO-TOOLS

Google bietet mit der Google Search Console (search.google.com) ein kostenloses SEO-Tool, um zu kontrollieren, ob die eigene Webseite optimal auf Google gefunden werden kann. Ob die Webseite und Inhalte optimal für SEO ausgelegt sind, kann durch einen der vielen kostenlosen SEO-Checker getestet werden. Hier reicht das Eingeben der Webseiten-Adresse, und man erhält anschliessend einen detaillierten Bericht, was bereits gut ist und was noch optimiert werden sollte. Ein Beispiel ist der Check von Seobility:

MEHR ERFAHREN – PODCAST HÖREN

Sie wissen nicht, auf welcher Plattform Sie aktiv werden sollen, um Ihre Zielgruppe anzusprechen? Online-Marketing ist wichtig, doch Sie wissen nicht, wie Sie Social-Media-Marketing und Webseitenoptimierung für Ihr Kosmetikinstitut einsetzen können? Dann verpassen Sie nicht unsere brandneuen Podcast-Folgen mit Björn Doswald!

(seobility.net/de/seocheck). Hier ist wichtig, dass nicht jeder einzelne Punkt umgesetzt werden muss – aber: Je mehr, desto besser.

LOKALES ONLINE-MARKETING

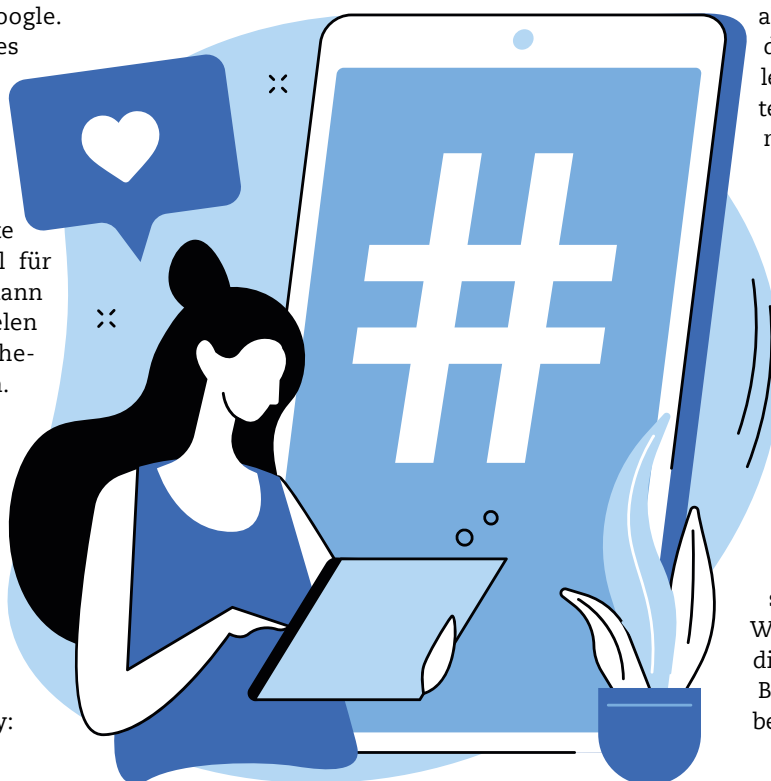
Jedes Geschäft sollte bei GoogleMyBusiness registriert sein, und alle Angaben sollten, soweit möglich, optimal ausgefüllt werden. Dies erlaubt die Darstellung des Geschäfts auch auf Karten wie Google Maps. Das erhöht die Sichtbarkeit des Geschäftes bei Personen im Umkreis des Studios gewaltig, da Google automatisch auch die Nähe des Standortes in Suchergebnisse einfließen lässt.

Zudem können auch zusätzliche Marketingmöglichkeiten genutzt werden wie die Google-Bewertungen sowie die Neuigkeitenfunktion, um wichtige News zum Studio direkt innerhalb von Google zu veröffentlichen.

KUNDENBEWERTUNGEN

Das Sammeln und Veröffentlichen von Bewertungen zufriedener Kunden ist eine effektive Massnahme, um Kunden vom eigenen Angebot zu überzeugen. Es ist erwiesen, dass Aussagen anderer Kunden eine grosse Überzeugungskraft bieten. Darum kann es sich loh-

nen, bestehende Kunden aktiv aufzufordern, auf den gewünschten Kanälen eine Bewertung zu hinterlassen oder ein Statement abzugeben, das man auch als Beitrag auf einem Kanal veröffentlichen kann. Wichtig ist, der Kundschaft zu zeigen, wo Feedback hinterlassen werden kann, damit diese nicht selbst danach suchen muss. Durch geschickte Integration in bestehende Kommunikationen wie E-Mail-Signaturen oder als Seite mit gesammelten Links auf der Webseite finden Kunden die besten Wege, um eine Bewertung abzugeben und bereits erfasste zu lesen.



SOCIAL-MEDIA-MARKETING

Das eigene Geschäftsprofil auf den wichtigsten Social-Media-Plattformen ist eine der effizientesten Marketingmöglichkeiten, um direkt die eigene Kundengruppe zu erreichen. Zu aktuell wichtigen Plattformen zählen Meta, ehemals Facebook, und Instagram.

Die Ausweitung auf Kanäle wie YouTube, Pinterest oder TikTok kann lohnenswert sein, je nach Kundengruppe oder Zeit, die man bereit ist, zu investieren. Meist ist es jedoch besser, sich auf wenige Plattformen zu konzentrieren und sich für diese etwas mehr Zeit zu nehmen, als überall nur ein bisschen präsent zu sein.

CONTENT MARKETING

Das Zitat „Content is King“ ist sehr wichtig für einen kurzfristigen wie auch längerfristigen Erfolg. Es reicht nicht mehr, die vom Hersteller gelieferten Marketingtexte auf den eigenen Kanälen zu veröffentlichen. Die verbreiteten Inhalte sollten authentisch, auf das eigene Geschäft angepasst und einzigartig sein. Dies erhöht die Sichtbarkeit des eigenen Inhalts, und durch Originalität bekommt man mehr Aufmerksamkeit.

Da auf vielen Plattformen bereits ausgelesen wird, ob der Besucher einen Beitrag auch tatsächlich liest (Verweildauer) und damit interagiert (per Klick) und anschliessend gespeichert wird, ob zukünftige Beiträge somit für den Besucher auch wieder dargestellt werden sollen oder nicht, ist es umso wichtiger, dass Inhalte qualitativ hoch-



BEZAHLTE SICHTBARKEIT

Wenn die eigenen Portale optimal aufgebaut sind, kann die Sichtbarkeit durch bezahltes Marketing erweitert werden. Die einfachsten Tools sind dabei Google Ads, um besser in Suchergebnissen gefunden zu werden, oder das Schalten bezahlter Beiträge auf Meta und Instagram. Sollte ein kleines Budget vorhanden sein, können mit etwas Zeit und Know-how sehr gute Resultate erzielt werden.

”

DIE UMSETZUNG EINER LÄNGERFRISTIG GEPLANTEN UND ERFOLGREICHEN MARKETINGKAMPAGNE BIETET EINE KOSTENGÜNSTIGE UND VOR ALLEM ZIELGERICHTETE MÖGLICHKEIT, DAS EIGENE GESCHÄFT ZU VERMARKTEN [...].

wertig sind und nicht einfach nur als Massenware veröffentlicht werden. Ebenfalls sollte ein erstellter Beitrag nicht einfach identisch in allen Kanälen veröffentlicht werden, sondern je nach Platzierung umgeschrieben und optimiert werden.

E-MAIL-MARKETING

Die eigenen Kundendaten bieten ein enormes Marketingpotenzial, wenn diese optimal genutzt werden. Durch gezielte E-Mail-Kampagnen können Sie spezifische Dienstleistungen oder Produkte bewerben und somit Ihre Umsätze steigern. Je detaillierter die Kundenvergangenheit ausgelesen werden kann, desto besser können E-Mail-Kampagnen spezifisch auf die Kundenbedürfnisse angepasst werden. Aus diesem Grund denken Sie daran, Ihre Datenbank regelmässig zu pflegen!

Bei einem grossen Marketingbudget kann es sich lohnen, eine Marketingfirma zu beauftragen, die die Arbeit übernimmt, um das Ergebnis zu optimieren. Wichtig ist, dass bei bezahltem Marketing der Erfolg regelmässig ausgewertet und somit sichergestellt wird, dass das bezahlte Geld auch den gewünschten Erfolg bringt.



Björn Doswald

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



5 TIPPS FÜR EINEN MAKELLOSEN RUF

Als Kosmetikerin und Kosmetiker ist Ihr guter Ruf ausschlaggebend für den Erfolg Ihres Instituts. Was Kundinnen, Lieferanten, Partner und potenzielle Kunden über Sie reden und denken, können und sollten Sie aktiv beeinflussen. Kommunikationsexpertin Sereina Schmidt gibt Ihnen fünf Schritte an die Hand, um Ihren Ruf aufzubauen und zu pflegen.

Wie unterscheiden Sie sich in der Branche von Ihrer Konkurrenz? Klar, Sie sind persönlicher, freundlicher, besser, mit einem umfassenderen Service. Leider meint genau das auch Ihre Konkurrenz. Wie heben wir uns also ab? Durch unsere Persönlichkeit, unsere Kommunikation und damit durch unseren guten Ruf. In der Kosmetikbranche ist es besonders wichtig, einen makellosen Ruf zu haben. Schliesslich geht es um das persönliche Wohlbefinden und die Schönheit der Kundinnen und Kunden. Deshalb hier für Sie fünf Tipps, wie Sie Ihren Ruf aufbauen und pflegen können:

1. AUFMERKSAM WIE BEIM ERSTEN DATE

Seien Sie überfürsorglich und stets aufmerksam – wie beim ersten Date! Ihre Kundinnen und Kunden wollen sich bei Ihnen wohlfühlen und verwöhnt werden. Zeigen

Sie Ihre Aufmerksamkeit und konzentrieren Sie sich in dieser Zeit nur auf diese Kundin.

Sind Sie gestresst, genervt oder unter Druck, wird Ihre Kundin das unbewusst spüren. Bieten Sie Ihrer Kundin etwas zu trinken an, massieren Sie ihre Hände oder fragen Sie einfach mal nach, was ihr guttut. Jeder hat schliesslich unterschiedliche Vorlieben. Hören Sie also gut zu und passen Sie sich an. Was ist Ihre Aufgabe? Schönere Haut, ein strahlendes Aussehen? Ja, aber vor allem eine gute Zeit bei Ihnen. Dieser Mensch nimmt sich Zeit für sich selbst. Das ist für viele Menschen Luxus. Schätzen Sie diese luxuriöse Me-Time Ihrer Kundschaft und tun Sie alles für ein ultimatives Erlebnis. Wenn Ihre Kundin dann nicht nur zufrieden, sondern auch begeistert ist, wird sie eine positive Bewertung und Empfehlungen abgeben und so zur Verbesserung Ihres Rufs beitragen. Jede Kundin und jeder Kunde ist Ihr erstes Date. Jeden Tag.



2. TRANSPARENT WIE EIN GLASBODENBOOT

Hochwertige Produkte sind essenziell – teilen Sie das Ihrer Kundschaft mit und seien Sie transparent. Kommunizieren Sie offen und ehrlich, welche Inhaltsstoffe Ihre Produkte enthalten. Ihre Kundinnen und Kunden sind heutzutage bestens informiert und wollen wissen, was sie auf ihren Körper auftragen. Vertrauen ist das A und O in der Kosmetikbranche. Also: Seien Sie transparent wie ein Glasbodenboot, damit Ihre Kundschaft sehen kann, was darunterliegt. Dies schafft Vertrauen und zeigt, dass Sie professionell arbeiten und nichts zu verbergen haben.

3. KOMMUNIZIEREN WIE EIN INFLUENCER

Die Selbstdarstellung ist ein Teil des zeitgemässen Marketings: Versuchen Sie daher, online und offline sichtbar zu sein. Heutzutage werden Sie sofort unglaubwürdig und wirken unprofessionell und nicht auf dem neuesten Stand, wenn man nichts von Ihnen wahrnimmt. Kommunizieren Sie aktiv. Wer nicht online präsent ist, wird in der heutigen Zeit schnell übersehen. Nutzen Sie die sozialen Medien, um mit Ihrer Zielgruppe in Kontakt zu bleiben. Teilen Sie regelmässig Einblicke in Ihre Arbeit und geben Sie Tipps und Tricks, wie sich Ihre Kundinnen und Kunden besser fühlen und noch besser aussehen können. Aber nicht nur online, sondern auch offline sollten Sie kommunikativ sein. Schliesslich sagt die Qualität Ihrer Kommunikation viel über Ihre fachliche Kompetenz aus.

4. DAS TEAM FÖRDERN WIE EIN FUSSBALLTRAINER

Zufriedene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die besten Botschafter für Ihr Unternehmen. Deshalb sollten Sie in ein gutes Arbeitsklima und Weiterbildungen investieren. Nur so können Sie sicherstellen, dass Ihre Mitarbeitenden mit Freude und Motivation arbeiten. Ein Unternehmen, das seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter respektiert und unterstützt, wird automatisch auch als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen. Behandeln Sie Ihre Mitarbeitenden hingegen schlecht, werden diese das automatisch nach aussen kommunizieren, ob Sie wollen oder nicht. Das schadet Ihrem Ruf.

5. BEZIEHUNGSPFLEGE WIE IN DER SEIFENOPER

In der Kosmetikbranche ist es wichtig, gute Beziehungen zu Kundinnen und Kunden sowie Lieferantinnen und Lieferanten zu haben. Viele Unternehmen sehen Ihre Kundinnen und Kunden nach wie vor als „temporäre Besucher auf Distanz“, die eine Dienstleistung beziehen, und damit hat es sich. Zeigen Sie Interesse an Ihrer Kundschaft und beziehen Sie sie aktiv in Ihre Arbeit mit ein. Denn je mehr man Sie und Ihre Persön-

REPUTATION ERHALTEN BEI GENERATIONSÜBERGABE

Wie Sie Ihr Schönheitsimperium an die nächste Generation weitergeben, ohne dabei Ihr Ansehen aufs Spiel zu setzen? Ganz einfach: Planen Sie frühzeitig und beachten Sie einige wichtige Punkte. Denken Sie an Themen wie die Nachfolgeregelung, wann die Stabübergabe stattfinden soll, wer was bezahlt und welche Rolle der alteingesessene Chef oder die alteingesessene Chefin dabei spielen wird.

Ganz wichtig: Mit allen Beteiligten über die Übergabe offen und ehrlich reden. Also, Familie, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und alle anderen Partner sollten Bescheid wissen. Machen Sie klare Verträge und Vereinbarungen einschliesslich eines Plans für die Nachfolge und einer Vereinbarung über die Übergabe. Da sollte auch festgelegt werden, wer welche Verantwortung und Pflichten bekommt.

Vergessen Sie nicht, die nächste Generation auf ihre Rolle vorzubereiten, indem Sie ihnen Schulungen, Mentoring oder sonstige Unterstützung anbieten. Stellen Sie sicher, dass sie alle nötigen Fähigkeiten und Kenntnisse haben, um das Unternehmen erfolgreich weiterzuführen. Wichtig ist, dass alles reibungslos läuft – nicht nur während der Übergabe, sondern auch danach.

Also checken Sie Geschäftsprozesse, Personal- und Kundenbeziehungen, damit alles glatt geht.

Die Übergabe an die nächste Generation ist ein grosser Schritt für jedes Kosmetikunternehmen. Mit einer frühzeitigen und offenen Planung und Berücksichtigung der obigen Tipps können Sie sicherstellen, dass die Übergabe reibungslos verläuft und Ihr Ruf in der Branche weiterhin makellos bleibt.

lichkeit spürt, umso nahbarer sind Sie, und umso loyaler sind Kundinnen und Kunden und bleiben Ihnen treu. Auch zu Ihren Lieferantinnen und Lieferanten sollten Sie eine gute Beziehung pflegen. Selbstverständlich muss auch das Angebot stimmen, doch je fassbarer Sie werden und je mehr Sie im Dialog mit Ihrem Umfeld sind, umso lieber besucht man Ihr Kosmetikinstitut. Pflegen Sie darum Ihre Beziehungen wie in einer Seifenoper, um Ihren Ruf zu festigen.

Wenn Sie diese fünf Schritte beachten, werden Sie in der Kosmetikbranche schnell einen makellosen Ruf aufbauen und pflegen können. Und wer weiss, vielleicht werden Sie bald zur Nummer eins in Ihrem Bereich – wie eine Hautcreme mit Lifting-Effekt.



Sereina Schmidt

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



VERKAUF

Als Kosmetikerin sind hochwertige Produkte die Basis, mit der Sie arbeiten. Der Zusatzverkauf von Produkten ist die Kür nach einer Behandlung und lässt sich in seinem Ablauf mit einem leidenschaftlichen Tango vergleichen – warum, das erfahren Sie im Folgenden. Und wenn Sie mit dem Gedanken spielen, sich ein zweites Standbein aufzubauen, dann wartet ein spannendes Interview zum Thema Markendistribution auf Sie.



MARKENVERTRIEB ALS ZWEITES STANDBEIN

Sie lieben Ihren Beruf als Kosmetikerin und Kosmetiker, aber würden sich gerne weiterentwickeln? Wenn Sie sich ein zweites Standbein aufbauen, können Sie nicht nur mehr Sicherheit schaffen, sondern sich auch weiter entfalten. Der Vertrieb einer Kosmetikmarke ist eine solche Möglichkeit. Im Interview berichtet Nicole Martin von ihren Erfahrungen als Kosmetikerin EFZ/CIDESCO und Distributorin.

Frau Martin, Sie sind Kosmetikerin mit eigenem Kosmetikinstitut. Zuvor sammelten Sie Erfahrungen in Führungspositionen bei diversen Luxuskonzernen. Wie hat das Ihre Karriere beeinflusst?

Voraussetzung für den Einstieg in die internationalen Grosskonzerne, waren Weiterbildungen und anerkannte Abschlüsse in Betriebswirtschaft, Marketing & Sales sowie Human Resources. Der erfolgreiche, positiv fordernde und individuelle Umgang mit Menschen auf allen Ebenen und in unterschiedlichen Positionen wie Mitarbeitern, Vorge-

setzten, Geschäftsmanagern und -inhabern, Beauty-Experten, Visagisten und Endkunden war und ist der Schlüssel für meinen Erfolg.

Die langjährigen Erfahrungen in Führungspositionen und im Schweizer Markt als Managerin im Grand Resorts in Bad Ragaz, als Nationaltrainerin und Key Account Managerin sowie zuletzt 14 Jahre im Estée Lauder Konzern als Markenverantwortliche und Mitglied in der Geschäftsleitung, haben mich vieles gelehrt: Flexibilität, Mehrsprachigkeit, Organisationstalent, über 30-jährige Hautkompetenz

und ein solides Netzwerk inklusive Medienkontakten. Nur mit diesem Hintergrund war es mir möglich, eine Premiummarke in den komplexen, mehrsprachigen Schweizer Markt nachhaltig und erfolgreich einzuführen.

Seit 2020 haben Sie die Generalvertretung einer Premiummarke in der Schweiz inne – wie kamen Sie zu der Entscheidung, Distributorin zu werden?

Wie so oft in meinem Leben, habe ich die richtigen Menschen zum richtigen Zeitpunkt getroffen. Die Marke Skeyndor hat mich begeistert, seit ich das erste Produkt in der Hand hielt. Ein Familienunternehmen mit Energie und Innovationsgeist. Die Markenphilosophie und die konsequente Einbindung von Beauty-Profis sagten mir auf Anhieb zu. Auch die klassischen Produkte sowie die modernen apparativen Hightechbehandlungen überzeugten –, und all das noch nicht im Schweizer Markt – das war eine einmalige Chance. Die Entscheidung kam aus dem Bauch heraus und ohne langes Überlegen, ganz nach dem Motto: „Erfolg hat nur drei Buchstaben: TUN.“

Wie haben Sie die passende Marke für sich gefunden?

Es war weder ein Finden, noch ein Planen. Es war eher ein logischer Zufall: Als sich eine Luxusmarke aus dem Markt zurückzog, mussten wir entscheiden, mit welchen Produkten und Behandlungen wir weitermachen. Es gab verschiedene Optionen mit gängigen Brands, doch es war klar: Wir wollen selbst Distributor werden. Und es musste eine Marke sein, die sich um die Beauty-Experten und das kosmetische Handwerk dreht und nicht im Retail-Handel erhältlich ist.

Der Eco-clean-Faktor spielte für mich ebenfalls eine grosse Rolle – daher war mir das aktive Commitment für die Natur



NICOLE MARTIN

ist Kosmetikerin EFZ/CIDESCO und 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.
www.ladresse.ch

wichtig. In der Schweiz bauen wir unsere Partner zu einer langfristigen Zusammenarbeit auf und bieten ihnen ein Partner-Onlineshop-System. Ein weiterer Pluspunkt war für mich, dass die Marke einen 360-Grad-Service bietet von Kabinenausstattung über Schaufensterdeko, apparative Kosmetik, Training, Marketing bis hin zur Einrichtung.

Welche Vorteile hat es, eine Marke als Kosmetikerin zu vertreiben?

Ein klarer Vorteil ist, dass ich durch meine praktische Arbeit am Kunden und meine Erfahrung mit den Behandlungen und Produkten, die Praxis eins zu eins weitergeben kann. Ich probiere alles zuerst selbst im Institut aus. Natürlich sind auch die Feedbacks meiner Kunden sehr wertvoll und helfen uns weiter. Dieser Austausch ist wunderbar.

Gibt es auch herausfordernde Situationen in Ihrem Berufsalltag?

Zum Glück gibt es diese! Die Koordination der Anlieferung grosser Palletten mit Produkten und Geräten kann eine Herausforderung sein, da man nie weiss, wann die Ware verzollt wird und wie lange es dauert. Der Forecast ist eine weitere Herausforderung, da Skeyndor in der Schweiz im Aufbau ist und stets neue Partner dazukommen. Welche Produkte dort zu „Topsellern“ werden, weiss man nicht, wenn man einen neuen Partner eröffnet. Daher ist es wichtig, flexibel zu sein! Im Notfall haben wir die Ware innerhalb eines Tages mit Expressversand hier in der Schweiz.

Was würden Sie Kosmetikerinnen raten, die mit einem Markenvertrieb ein weiteres Standbein aufbauen möchten?

Das kommt wirklich auf die Marke, den Umfang und die Zielgruppe an. Ganz klar aber braucht es Durchhaltevermögen, Power, Flexibilität, Visionen und ein tolles Team mit viel Know-how. Auch an den notwendigen Platz muss gedacht werden, denn die Produkte und Geräte müssen kühl, dunkel und einwandfrei gelagert werden. Das Marketing ist ebenfalls ein wichtiger Pfeiler, um eine neue Marke aufzubauen – und Social Media machen ja schon einen Job für sich aus.

Welche Neuigkeiten wird es im Jahr 2023 geben?

Im zweiten Quartal werden wir ein neues Beauty-System lancieren. Es besteht aus einer Hightechproduktlinie und einem Gerät, das mittels 3D-Technik arbeitet. Sein Ziel ist es, das Hautbild zu verbessern und nachhaltige Resultate zu liefern.

Das Interview führte Jaqueline Kramer.

”
EIN KLARER VORTEIL IST, DASS
ICH DURCH MEINE PRAKTISCHE
ARBEIT AM KUNDEN UND MEINE
ERFAHRUNG MIT DEN BEHAND-
LUNGEN UND PRODUKTEN DIE
PRAXIS EINS ZU EINS WEITER-
GEBEN KANN.



**VERKAUFEN IST WIE
TANGO TANZEN**

FOTO: ROMAN STRIGA/SHUTTERSTOCK.COM



Sie lieben es, die Haut Ihrer Kundinnen und Kunden zu verbessern, doch wenn es um den Zusatzverkauf von Produkten geht, bleiben Sie zurückhaltend? Dann wird Ihnen der folgende Artikel von Monique Fischer, ehemalige Topmanagerin, heutige Businesscoachin und Verkaufstrainerin, helfen. Die Coachin und leidenschaftliche Tänzerin, verrät Ihnen, was Tango Argentino mit dem Verkaufen gemein hat und wie Sie die Parallelen für sich nutzen können.

Verkaufen ist viel mehr, als nur Produkte über den Kassentresen zu schieben oder der Kundin am Ende einer Behandlung etwas „anzudrehen“. Dabei müssen wir verstehen, dass es beim Verkauf nicht um das Produkt allein geht, sondern um die Gefühle, die es auslöst. Und genau diese Gefühle können wir entscheidend beeinflussen, indem wir den Kundenwunsch kennen und ins Zentrum unseres Denkens und Handelns stellen. Es geht um den Wunsch nach echten Begegnungen und menschlichen Emotionen, nach Verbindung und Verbundenheit, nach Vertrauen, Wertschätzung, Anerkennung, Liebe und Leidenschaft. Es geht darum, Kundinnen lang anhaltend glücklich zu machen. Daher können wir sagen: Verkaufen ist die individuelle Gestaltung unserer Kundenbindung. Nun fragen Sie sich bestimmt, was hat denn Tangotänzen mit Verkaufen zu tun? Wie beim Verkaufen geht es beim Tangotänzen um die persönliche und individuelle Gestaltung der Beziehung zu anderen Menschen. Es geht um die Kommunikation auf Augenhöhe, um höchste Achtsamkeit, Aufmerksamkeit, Empathie und Respekt zum Wohle beider Seiten. Es geht um den Aufbau einer verlässlichen Beziehung auf allen Ebenen: mental, emotional und körperlich. Tango als Wegbereiter einer erfolgreichen Kundenbindung? Ja, genau! Nun möchte ich Ihnen mittels Tangodynamik den Verkaufsprozess in sieben Schritten näherbringen.

POSTURA – DIE INNERE UND ÄUSSERE HALTUNG

Wer ein positives Kundengespräch führen möchte, muss sich seiner eigenen Befindlichkeit, seiner Gefühle und damit seiner inneren und äusseren Haltung bewusst und in seinem Gleichgewicht sein. Im Tango nennt man die Grundhaltung „Postura“ und das Gleichgewicht „Achse“. Wer nicht in der eigenen Achse ruht, bringt auch seine Kundenschaft aus dem Gleichgewicht. Aber wie kann ich mich in meine Achse bringen, um für das Kundengespräch optimal vorbereitet zu sein?

- Stellen Sie sich aufrecht hin, atmen Sie gut durch und seien Sie sich Ihrer Achse bewusst, indem Sie Ihr Gleichgewicht stärken.
- Richten Sie den Fokus auf das Gute, auf das Positive, auf Dinge, die Ihnen gelungen sind.
- Eine offene Körperhaltung ist für das Gelingen eines erfolgreichen Kundengesprächs entscheidend.

CABECERO – BLICKKONTAKT

Unser Blick ist besonders kraftvoll und baut die Brücke zu anderen Menschen. Er transportiert Emotionen, fesselt Aufmerksamkeit und ist der einfachste Weg, Respekt, Wertschätzung und Liebe zu zeigen. Auch im Tango läuft die Kontaktaufnahme über den Blick (Cabaceo): „Ja, ich habe Dich wahrgenommen“, und: „Ja, ich bin offen für den

” VERKAUFEN IST DIE INDIVIDUELLE GESTALTUNG UNSERER KUNDENBINDUNG.

Kontakt mit Dir.“ Nur wer seine Kundinnen und Kunden ansieht, zeigt Interesse und Zuneigung, denn mit jedem Blickkontakt werden Glückshormone ausgeschüttet. Wer den Blickkontakt nicht aufbaut oder sogar verwehrt, drückt Desinteresse, Gleichgültigkeit, ja Respektlosigkeit aus und vertut die Chance eines positiven Kundenkontakts. Und vergessen Sie das Lächeln nicht, denn ein Blick verbindet Menschen, ein Lächeln Herzen.

VERBINDUNG UND VERBUNDENHEIT

Verbundenheit zu anderen Menschen ist ein seelisches Grundbedürfnis. Während einer intensiven Begegnung können sich die Gehirnwellen und die Herzfrequenz derart angleichen, dass sie vollkommen übereinstimmen und dadurch ein Glücksgefühl hervorrufen.

Im Tango wird diese Verbundenheit mit einer Art „Einwiegen“ hergestellt. Durch eine kaum merkliche Gewichtsverlagerung von einem Bein auf das andere teilt der Führende dem Folgenden mit, mit welchem Bein er oder sie gleich loslaufen wird. Es entstehen ein Gleichklang und damit eine tiefe emotionale Verbundenheit, die für das Gelingen eines Tangos entscheidend ist. Gelingt es Ihnen, die emotionale Verbindung zu Ihren Kundinnen mittels körperlichen Gleichklangs durch höchste Aufmerksamkeit, Achtsamkeit, Empathie und Zuhören aufzubauen?

ABRARZAR – UMARMUNG UND VERTRAUEN

Eine Umarmung senkt automatisch unser Stresslevel. Ängste nehmen ab, das Immunsystem wird gestärkt, und unser Oxytocinspiegel erhöht sich. Es ist erwiesen, dass wir nach Umarmungen uns selbst und anderen mehr vertrauen. Tango Argentino wird in der engen Umarmung getanzt und verlangt, wie nichts anderes, Vertrauen. Aber wie können wir das Vertrauen unserer Kundschaft ohne körperliche Umarmung gewinnen? Ganz einfach, wir umarmen sie mental, emotional und verbal:

- Durch respektvolles Verhalten
- Durch positive Gestik, Mimik und Körpersprache
- Durch eine empathische und authentische Grundhaltung
- Durch das Respektieren von Distanzzonen und das Einholen der Erlaubnis, um Distanzzonen aufheben zu dürfen (bei Behandlungen ist dies von entscheidender Bedeutung)
- Durch echte Komplimente

FÜHRUNG

Im Tango stehen sich zwei gleichwertige Partner gegenüber, deren Kontaktpunkt das Brustbein ist. Hier passiert die Führung – symbolisch gesprochen könnte man sogar sagen: Es ist

das Herz, das führt. Wie wäre es, wenn wir auch das Verkaufsgespräch mit dem Herzen führen würden und den Kundinnen und Kunden ein emotionales Erlebnis ermöglichen, bei dem der Verkauf eines Produkts eine logische Folge der entstandenen Beziehung ist?

Durch die Digitalisierung hat sich die Führung eines Verkaufsgesprächs stark verändert, da die Kundenerwartungen enorm gewachsen sind: Sofortige Bedienung, sofortige Lieferung, 24-Stunden-Service, detaillierte Produktinformationen, eine schnelle und unkomplizierte Abwicklung des Zahlungsprozesses – es muss alles stimmen, um die Kundinnen glücklich zu machen. Aber vor allem eines ist entscheidend: die menschliche Komponente, die Erfüllung von Grundbedürfnissen, Sehnsüchten, Emotionen und persönlichem Kontakt. Und genau hier können Sie punkten.

BEGLEITEN

Begleiten scheint auf den ersten Blick etwas Selbstloses zu sein. Doch die Begleitung Ihrer Kundschaft beinhaltet viel mehr. Es geht um ein Zugehörigkeitsgefühl, eine Identifikationsmöglichkeit, eine Community von Gleichgesinnten, die Sicherheit und Vertrautheit gibt.

Zu einer guten Begleitung gehören aber auch das Erkennen und Respektieren von eigenen und fremden Grenzen. Diese gilt es offenzulegen, auszutesten oder behutsam zu erfragen. Im Tango genauso wie im Verkauf erkunden wir Grenzen, indem wir aktiv zuhören und mit voller Aufmerksamkeit und Empathie dabei sind. Und wir setzen Grenzen durch ein „freundliches“ Nein. Das Nein im Tango wird mittels eines Richtungswechsels gesetzt: Nein, hier geht es nicht weiter – im Verkauf kann es ein Nein zu Rabatten oder zu bestimmten Produktkategorien sein. Hier bedarf es Klarheit, Ehrlichkeit, Realitätssinn und aktiven Eingreifens. Denn ein Nein schärft unser Profil und stärkt damit unsere Community.

ABSCHLUSS

Der Abschluss eines Verkaufsgesprächs ist immer der Anfang eines neuen Zaubers: der nächsten Begegnung. Denn der Dialog geht im Internet, über die sozialen Medien, im Geschäft und auf allen Kanälen zu jeder Zeit und überall weiter. Der Abschluss eines Tangos wird mit einem „Dankschön“ gekrönt. Ein Lächeln und ein charmanter Begleiter zur Ausgangsposition, getragen von einem Glücksgefühl und einem „bis zum nächsten Mal“.

Genau dieses Gefühl müssen wir beim Verkaufsabschluss erreichen: ein emotionales Band, eine tiefe, individuelle Verbindung zu unseren Kundinnen und Kunden, die bis zur nächsten Begegnung trägt.



Monique Fischer

ist Schweizerin, wohnhaft in Zürich, Italien und Paris. Nach langjähriger Tätigkeit als internationale Topmanagerin gründete sie Monique Fischer Consulting GmbH. Sie ist Führungs- und Verkaufstrainerin, Retailberaterin, Businesscoachin und leidenschaftliche Tangetänzerin. www.moniquefischer-consulting.ch

BEAUTY FORUM

EDITION SWISS · SONDERHEFT

30. Jahrgang 2023
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 Württenberger
Tel. +49 7243 72 78 198
jenny.wuerttenberger@health-and-beauty.com

Associate Sales Support
Estelle Schütz
Tel. +49 7243 7278 217
estelle.schuetz@health-and-beauty.com

Anzeigenpreisliste
vom 01.01.2023

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
SL0-2000 Maribor, Slowenien
Tel. +38 65 1335319,
d.kukovec@apertus.si

Nachdruck (auch auszugsweise)
verboten. Vervielfältigungen jeder
Art bedürfen der schriftlichen
Genehmigung des Verlages. Fremd-
beiträge, die mit Namen des Verfassers
gezeichnet sind, geben nicht unbedingt die
Meinung der Redaktion wieder. Für unver-
langt eingesandte Manuskripte wird keine
Haftung übernommen. Die Redaktion be-
hält es sich vor, Leserbriefe oder andere
Beiträge evtl. gekürzt zu veröffentlichen
oder zu zitieren und die Bebilderung der
Fachartikel selbst vorzunehmen.

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

WERBEPARTNER IN DER SONDERBEILAGE

Health and Beauty
Marketing Swiss GmbH U2, U4, 19
Weblandschaft GmbH. 9

WE BELIEVE IN THE POWER OF BEAUTY!



Foto: CoffeeAndMilk/istockphoto.com

**SAVE
THE
DATE!**

BEAUTY BUSINESS DAY LUZERN

MONTAG, 22. MAI 2023

Hotel Schweizerhof Luzern

DER EIN-TAGES-EVENT FÜR BEAUTY-PROFIS

Tickets und alle Informationen
zum Event:



**BEAUTY BUSINESS
DAY LUZERN** by COSVOPROF

WE BELIEVE IN THE POWER OF BEAUTY!

Foto: Getty Images/Lilly Bloom

**SAVE
THE
DATE!**

SWISS BEAUTY MATCHMAKING

DONNERSTAG, 7. SEPTEMBER 2023 • Radisson Blu Zürich

Ein-Tages-Event • die perfekte Plattform für Schweizer Handelsunternehmen, die ihr Portfolio durch neue Marken ergänzen möchten, sowie für herstellende Unternehmen aus ganz Europa, die Schweizer Distributoren suchen • Networken, Kontakte und neue Geschäftsbeziehungen knüpfen

Alle Informationen
zum Event:



 **SWISS BEAUTY
MATCHMAKING** by COSMOPROF