

01
24

BEAUTY FORUM

BE INFORMED, BE INSPIRED, BE YOURSELF!

TAG DER LIEBE

KOSMETIKANGEBOTE FÜR DEN
VALENTINSTAG KREIEREN

TREND SCOUTING

BEAUTY NEWS FÜR
DAS JAHR 2024

DOSSIER:

BEAUTY **JOURNEY**

ERFOLGREICHE
KUNDENERLEBNISSE
SCHAFFEN

BEAUTY

News für Sie



www.beauty-forum.ch/nl-anmeldung

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

BEAUTY FORUM
BE INFORMED, BE INSPIRED, BE YOURSELF!

SCHÖNHEIT

als Erlebnis denken

Wenn wir auf Reisen gehen, dann wollen wir in eine neue Welt eintauchen, Neues erleben und Erinnerungen schaffen, an die wir gerne zurückdenken. Es sind viele Sinneseindrücke und Details, die sich zu einem Gesamteindruck zusammensetzen. Denke ich an meinen vergangenen Sommerurlaub zurück, so kommt mir der Duft der blumig-holzigen Hotelseife in den Sinn, die salzige Meeresluft, die knusprig dünne sardische Pizza ...

Genauso ergeht es auch Ihren Kunden, die sich auf eine Beauty-Reise in Ihr Institut begeben. Je umfassender und positiver das Kundenerlebnis ist, umso enger knüpfen Sie die Kundenbeziehung. Lassen Sie sich von unserem Dossier ab Seite 32 inspirieren, wie Sie eine gelungene Customer Journey in Ihrem Institut schaffen können.

Mit einzigartigen, liebevoll kreierten Angeboten können Sie ebenfalls bei Ihren Kunden punkten – ein Glück, steht doch der Valentinstag bald vor der Tür. Denn welcher Feiertag ist besser dafür geeignet, seinen Liebsten eine Auszeit bei der Kosmetikerin des Vertrauens zu schenken oder sich selbst ein wenig Selfcare zu gönnen, als der Tag der Liebe? Lesen Sie ab Seite 6, wie Sie romantische Wellnessangebote gestalten und vermarkten können.

In diesem Sinne: Viel Spass bei der Lesereise durch unsere neue Ausgabe!



Ihre

Jaqueline Kramer

Jaqueline Kramer

Editor-in-Chief BEAUTY FORUM Ed. Swiss



INHALT

JANUAR 2024

SKIN & BODYCARE CLASSICS

Pflege

- 6 Love is in the Air!**
Kosmetikangebote für den Valentinstag kreieren
- 11 News**
- 12 Glückwunsch!**
Interview mit Mari Spori, 7 Sky Spa, Gewinnerin Institut des Jahres
- 14 Hautwissen**
Serie, Teil 13: Muttermalvorsorge
- 16 Trendscouting**
Entwicklungen in der Beauty-Branche im Jahr 2024
- 19 Was würden Sie tun?**
Serie

Hand & Nagel

- 26 Romantik bis in die Spitzen**
Nageldesign für den Tag der Liebe

HIGH COMPETENCE

Apparative Kosmetik

- 28 FAQ zur V-NISSG**
Serie, Teil 5
- 29 News**
- 30 Straffe Haut von innen**
Vier apparative Behandlungen mit nachhaltigem Effekt

BUSINESS & COMMUNITY

- 42 Institut des Monats**
VEEL GOOD vegan treatments
- 46 News**
- 48 Ja, like mich doch!**

STYLE & FASHION

- 49 Beautys at Work**
Step-by-step zum Bürolook
- 54 Vintage rockt!**
Interview mit Janine Beutler, Gewinnerin der 28. Schweizer Make-up Meisterschaft
- 56 News**

DOSSIER

AUF BEAUTY JOURNEY

Begeistern Sie Ihre Kunden mit besonderen Erlebnissen in Ihrem Institut, um die Kundenbindung zu stärken.

- 32 Intro**
Erlebnisse schaffen Verbundenheit – nutzen Sie dies für Ihre Kundenbeziehung
- 34 Wenn Beautys reisen**
Eine erfolgreiche Customer Journey
- 37 Räume für die Sinne**
So schaffen Sie ein harmonisches Raumkonzept
- 40 Komm mit ins Beauty-Land!**
Der Besuch im Institut als ganzheitliches Erlebnis



26

ROMANTIK BIS IN DIE SPITZEN

Naildesign für den Tag der Liebe

LIFESTYLE & SELFCARE

Ernährung & Fitness

57 Iss dich fit!

Gesunde Ernährung auch ohne Nahrungsergänzung

Personality

66 Einfach leben!

Serie: 4 Fragen an René Schätti

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

FOTOS: LOVELA ROHRBACH; ROMAN BEER



UNSER COVER-LOOK

„DER LOOK MIT VICTORYROLLS STEHT FÜR STARKE FRAUEN!“

Janine Beutler, Make-up-Artistin

Titelbild + Cover-Look
Fotos: Roman Beer

Make-up: Janine Beutler
Model: Melina



49

BEAUTYS AT WORK

Step-by-step zum Bürolook



LOVE IS IN THE AIR!

Am 14. Februar 2024 wird der Tag der Liebe gefeiert. Kaum ein anderer Feiertag eignet sich besser für ein Wellnesserlebnis bei der Kosmetikerin des Vertrauens. Ob sich Ihre Kundinnen und Kunden alleine ein bisschen Me-Time und Selfcare gönnen möchten, oder ob sie ihren Schatz mit einer gemeinsamen Behandlung verwöhnen wollen: Überlegen Sie sich kreative und originelle Angebote, um den Tag der Liebe für Ihr Institut zu nutzen! Unternehmerin und Kosmetikerin EFZ Rosine Dätwyler zeigt Ihnen verschiedene Möglichkeiten auf.

Der Valentinstag, ein Tag, welcher der Liebe und Zuneigung gewidmet ist, bietet eine einzigartige Gelegenheit, die Welt der Schönheit und Wellness mit einer romantischen Note zu verbinden.

In diesem Artikel stelle ich Ihnen kreative und strategische Ansätze vor, die Sie als Beauty-Profi in Ihrem Kosmetikstudio nutzen können, um Kunden mit speziellen Valentinstagsangeboten zu begeistern. Von spannenden Behandlungspaketen bis hin zu liebevoll gestalteten Produkten: Lassen Sie uns eintauchen in die Welt der liebevollen Pflege und der romantischen Auszeit. Damit lassen Sie die Herzen Ihrer Kundinnen und Kunden garantiert höher schlagen.

DEN VALENTINSTAG IN DAS KOSMETIKINSTITUT INTEGRIEREN

Integrieren Sie die romantische Stimmung des Valentinstags in alle Aspekte Ihres Studios: von der Musik und Dekoration bis hin zu den Dienstleistungen. Somit schaffen Sie eine

einladende und liebevolle Atmosphäre, die Kunden dazu inspiriert, Geschenke für ihre Liebsten auszuwählen.

DEKORATION

Für den Valentinstag machen sich Dekorationen in den Farben Weiss, Rosa und Rot besonders gut. Verwenden Sie vorzugsweise frische Blumenarrangements, insbesondere rote Rosen, für ein klassisches Valentinstagsambiente.

Setzen Sie stimmungsvolle Lichterketten ein, um eine warme und einladende Umgebung zu schaffen. Mit kleinen Details wie Schokoladenherzen zum Tee oder Kaffee der Gäste sorgen Sie für das gewisse Etwas. Wenn es zu Ihrem Kosmetikinstitut passt, können Sie dekorative Herzen im Laden aufhängen, zum Beispiel an den Fenstern oder im Schaufenster. Apropos Schaufenster: Die Dekoration Ihres Schaufensters im passenden Romantiklook ist wichtig, um die Aufmerksamkeit der Passanten zu erregen. Präsentieren Sie passende Produkte und Sets oder beispielsweise kussechte Lippenstifte. Für eine

persönliche Note sorgen Sie mit handgeschriebenen Liebesbotschaften zu den jeweiligen Produkten. Das ist nicht nur ein Hingucker, sondern stellt auch eine emotionale Bindung zu den Produkten her.

Ein Beispiel für eine solche handgeschriebene Notiz anhand des kussechten Lippenstifts ist: „Küssen ist die Poesie der Liebe.“ Der angepriesene Vorteil des Produkts wäre somit die Kussfestigkeit des Lippenstifts.

Auch mithilfe von sanfter Musik und dezenten, sinnlichen Düften schaffen Sie eine romantische Atmosphäre. Haben Sie das noch nicht in Ihrem Kosmetikinstitut, dann ist jetzt der richtige Zeitpunkt dafür!

Dienstleistungen

Alles in allem bieten Valentinstagsangebote die Möglichkeit, positive Kundenerlebnisse zu schaffen, den Umsatz zu steigern und die Wahrnehmung Ihres Kosmetikstudios zu verbessern. Nutzen Sie diese Möglichkeit und erstellen Sie spezielle Valentinstagsangebote und – wenn Sie möchten – auch -rabatte, um Kunden anzulocken.



Kreieren Sie Pärchen-Packages, die sich ideal als Geschenk für den Partner oder die Partnerin eignen.

Dies kann auch eine Kombination von Behandlungen und Produkten sein. Achten Sie bei den Valentinstagspaketen darauf, dass diese auf Entspannung und Romantik abzielen. Sie könnten zum Beispiel zeitlich begrenzte Behandlungen einführen, die speziell auf Paare abgestimmt sind, um gemeinsam eine entspannende Erfahrung zu geniessen. Eine weitere Möglichkeit ist, für Ihre VIP-Kunden ein exklusives Valentinstagerlebnis zu kreieren, das spezielle Behandlungen zu einem Sonderpreis und zusätzliche Annehmlichkeiten umfasst.

PRODUKTE

Der Valentinstag bietet Ihnen die perfekte Gelegenheit, den Produktverkauf anzukurbeln. Mit zeitlich begrenzten Angeboten ermutigen Sie Kunden dazu, Produkte als Geschenke zu kaufen. Das können Sie auch auf Ihren Online-Shop ausweiten.

Wie wäre es, wenn Sie auf Ihrer Website oder im Geschäft eine Geschenkberatung anbieten, um Kunden bei der Auswahl der perfekten Produkte zu unterstützen? Zudem können Sie vorgefertigte Geschenksets anbieten, die verschiedene Produkte kombinieren und somit eine attraktive Geschenkoption darstellen.

Eine Alternative sind Produkt-Bundles, die verschiedene Produkte kombinieren, damit die Kundinnen und Kunden zum Kauf mehrerer Artikel motiviert werden. Wenn Sie über eine separate Men-Linie verfügen, so könnten Sie auch Pro-

„**INTEGRIEREN SIE DIE ROMANTISCHE STIMMUNG DES VALENTINSTAGS IN ALLE ASPEKTE IHRES STUDIOS: VON DER MUSIK UND DEKORATION BIS HIN ZU DEN DIENSTLEISTUNGEN.**

duktangebote für Paare zusammenstellen. Last, but not least spielt die Gestaltung noch eine grosse Rolle: Machen Sie aus Ihren Geschenksets und Bundels einen Eyecatcher, indem Sie zum Thema passende, romantische Verpackungen wählen.

Wenn Sie auf Ihre Valentinstagsaktion auch auf Ihren Social-Media-Kanälen eingehen möchten, dann ist das ein guter Zeitpunkt, um Kosmetikprodukte in Tutorial-Videos zu präsentieren. Zeigen Sie, wie die Produkte für ein romantisches Valentinstags-Make-up oder für die Hautpflegeroutine verwendet werden können.

GESCHENKGUTSCHEINE

Wer bekommt nicht gerne Zeit für mehr Me-Time und Self-care geschenkt? Deshalb bietet der Valentinstag Ihnen eine gute Gelegenheit, den Verkauf von Geschenkgutscheinen für


LYDIA DAINOW
— SUISSE COSMETIC —



**Schutz & Pflege für
die kalte Jahreszeit**

SkinFit Fluid

Spendet intensive Feuchtigkeit
Schützt vor Umweltstress
Stärkt den hauteigenen Schutz



Naturkosmetik, frei von
synthetischen Inhaltsstoffen.



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

die Partnerin oder den Partner zu fördern. Auch bei diesem Punkt ist die Gestaltung das A und O: Achten Sie auf romantische Motive und Farben. Sie könnten Ihren Geschenkgutscheinen für den Valentinstag auch kleine Extras hinzufügen, wie gratis Mini-Produktproben oder Gummibärchen in Herzform.

MARKETING NICHT UNTERSCHÄTZEN

Indem Sie Ihre Angebote an den Valentinstag anpassen, zeigen Sie, dass Ihr Geschäft auf aktuelle Trends und Anlässe reagiert – und das steigert wiederum die Relevanz und Aufmerksamkeit für Ihr Kosmetikinstitut. Wenn Sie sich kreative und originelle Valentinstagsangebote überlegen, können Sie damit Ihr Image stärken und Ihr Institut als einen Ort der Fürsorge positionieren.

Durch die strategische Gestaltung von Angeboten und Marketingaktionen können Sie die Aufmerksamkeit auf Ihr Kosmetikstudio lenken, bestehende Kunden binden und neue Kunden gewinnen.

Nutzen Sie dazu Ihr CRM-System und senden Sie personalisierte E-Mails

Kleine Gesten für grosse Romantik

- Bieten Sie entspannende Massagen an und verwenden Sie dazu Rosenöl
- Bei einer Pediküre mit Fussbad färben Sie das Wasser rot und streuen getrocknete Rosenblüten mit hinein
- Geben Sie Kundinnen, die ein Valentinstags-Special gebucht haben, eine rote Rose mit auf den Heimweg
- Kreieren Sie spezielle Angebote, indem Sie mit anderen Unternehmen kooperieren, wie lokale Floristen, Konditoreien etc.

mit exklusiven Angeboten an bestehende Kunden aus Ihrer Datenbank – so stärken Sie deren Loyalität zu und erhöhen die Aufmerksamkeit.

FRÜHZEITIG PLANEN

Wichtig ist, dass Sie frühzeitig mit der Planung Ihrer Marketingkampagne für den Tag der Liebe beginnen, damit Sie diese auch gründlich umsetzen können. Versuchen Sie, kreative Angebote mit persönlicher Note zu erstellen, die Sie von der Konkurrenz abheben und Kunden anziehen.

Bestenfalls nutzen Sie dafür verschiedene Marketingkanäle wie soziale Medien, E-Mail-Marketing und Ihre Webseite. Sie wünschen sich auf Ihren Social-Media-Kanälen mehr Ak-

tivität? Dann könnten Sie den Valentinstag nutzen, um auf Instagram oder Facebook ein Gewinnspiel zu veranstalten! Verlost wird ein Valentinstagspaket – jede teilnehmende Person muss Ihrer Seite folgen, den Post in der eigenen Story teilen und kommentieren, wem man dieses Special gerne schenken würde. Schon haben Sie die Aufmerksamkeit auf Ihrem Account gesteigert und neue, interessierte Follower gewonnen.

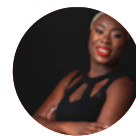
KOOPERATIONEN

Gibt es andere örtliche Unternehmen in Ihrer Umgebung, mit denen Sie eine Kooperation für ein Valentinstag-Special eingehen könnten? Dies könnte ein Deko- oder ein Floristengeschäft sein. Überlegen Sie sich, welche Angebote Sie gemeinsam realisieren könnten, die beiden Parteien zugutekommen.

Der letzte Schritt erfolgt, nachdem Ihr Valentinstags-Special beendet ist. Nehmen Sie sich die Zeit und analysieren Sie die Ergebnisse Ihrer Marketingbemühungen, um Erkenntnisse für zukünftige Kampagnen zu gewinnen und Ihren Erfolg zu maximieren.



Einfach aber effektiv: Rosenblüten im Fussbad sorgen für romantische Stimmung.



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.

PORENTIEF



1



2



3



4



5

1 DR. MED. CHRISTINE SCHRAMMEK Mit einer samtigen, lang anhaltenden Textur pflegt, schützt und glättet der „Soft Lip Balm“ die Lippen. Direkt im Anschluss an den Balm kann ein Lippenstift aufgetragen werden. Tel. 034 420 08 00, www.simonkeller.ch **2 SKEYNDOR** „Global Lift V-Shape“ ist eine 15-tägige Behandlung, die Hals, Dekolleté und Doppelkinn straffen soll. Das Set umfasst eine Creme, ein Serum und zwei V-Shape-Lifting-Masken. Tel. 044 772 22 76, www.skeyndor.ch **3 PHYRIS** Die „FoREST“-Linie erhält durch das „FoREST Somi“ Zuwachs: Der Wirkstoffprimer soll die Haut auf die nachfolgende Pflege vorbereiten. Die cremig-gelbe Formulierung durchfeuchtet die Haut und enthält liposomal verkapselten Moosextrakt. Tel. 044 986 20 40, www.musculus.ch **4 BABOR** Die „Perfect skin collection – spring edition“ enthält 14 Wirkstoffampullen, die die Haut im Frühjahr pflegen sollen. Tel. 055 420 28 20, ch.babor.com **5 MATIS PARIS** lanciert drei „Cleansing-Duos“, darunter das „Energizing Duo“. Es umfasst „Perfect Clean“, ein sanftes Reinigungsgel, sowie „Glow-Essence“, einen belebenden Toner. Tel 044 389 87 87, www.jp-rosselet.ch



INTERVIEW

GLÜCKWUNSCH!

Wir gratulieren Mari Spori zum Titel „Institute of the Year“! Im Rahmen der SWISS BEAUTY CONVENTION Ende November standen die vergangenen zehn Institute des Monats in einer offenen Online-Abstimmung zur Wahl. Den Sieg davongetragen hat die Geschäftsführerin des 7 Sky Spas in Zürich Oerlikon.

DIE GEWINNERIN



MARI SPORI

ist diplomierte Kosmetikerin und Geschäftsführerin des Kosmetikinstituts 7 Sky Spa in Zürich Oerlikon. Sie hat weltweit Erfahrungen aus im Spa-Bereich gesammelt, bevor sie 2019 ihr eigenes Kosmetikinstitut eröffnete. In der November-Ausgabe der BEAUTY FORUM Ed. Swiss 2022 war Mari Spori das Institut des Monats.

Frau Spori, wie fühlt es sich an, den Award für das „Institute of the Year“ gewonnen zu haben?

Ich war total überwältigt, als mein Name aufgerufen wurde. Es ist mir eine Ehre, diesen Award bekommen zu haben, und ich bin meinen Kundinnen und Kunden und allen, die für mich abgestimmt haben, unglaublich dankbar.

Was möchten Sie Ihren Kundinnen und Kunden mit Ihrem Institut Besonderes ermöglichen?

Ich möchte, dass sie sich wie meine Gäste fühlen, dass das 7 Sky Spa ein Ort für sie ist,

an dem sie entspannen können und an den sie immer wieder gern zurückkommen, wenn sie einen Moment der Pause benötigen. 7 Sky Spa ist ein Ort, an dem niemand urteilt, sondern sich nur auf sie fokussiert.

Haben Sie Ziele für die Zukunft als Geschäftsführerin von 7 Sky Spa?

Natürlich, ich träume gross. Die vergangenen Jahre haben mich etwas ausgebremst, aber es geht immer nach vorne, Schritt für Schritt. Das ist das Schöne, wenn man selbstständig ist und immer etwas Neues erfinden und planen darf.

Wie war für Sie die Teilnahme an der Jury für den BEAUTY FORUM SWISS AWARD?

Es war total spannend, neue Produkte und Geräte kennenzulernen und darüber nachzudenken, welchen Vorteil diese im eigenen Institut bringen könnten. Das Highlight war, abschliessend an der Verleihung dabei zu sein und die glücklichen Gewinner auf der Bühne zu sehen.

Was würden Sie gerne anderen Kosmetikerinnen auf dem Weg zum Erfolg mitgeben?

Wir sind in einer der am schnellsten wachsenden Branchen überhaupt und in einer, in der jede und jeder seine Nische finden kann. Sich selbst nicht zu unterschätzen, seine Prioritäten richtig zu setzen und sich selbst treu zu bleiben, sind meine Grundsätze. Der Weg zum Erfolg kann zwar lang werden – da darf es an Motivation nicht fehlen –, aber es lohnt sich dranzubleiben! Es wird der Punkt kommen, an dem Sie zurückblicken und stolz auf sich sein dürfen.

Serie
TEIL 13: MUTTERMALVORSORGE

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.

Neben dem ästhetischen Aspekt unserer Haut ist auch ihre Gesundheit von essenzieller Bedeutung in der Kosmetikbranche. Erfahren Sie mehr über die Muttermalvorsorge und wie Sie als Kosmetikerin oder Kosmetiker im Kampf gegen Hautkrebs mitwirken können.

HAUTVERÄNDERUNGEN ERKENNEN

Bei der Früherkennung von Veränderungen an der Haut spielen Sie als Kosmetikprofi eine wichtige Rolle. Durch die Arbeit und Ihre Erfahrung direkt an der Haut Ihrer Kundin oder Ihres Kunden können Sie Hautveränderungen eher wahrnehmen. Bei Verdacht auf bösartige Veränderungen sollten Sie die betroffene Person immer an eine Dermatologin oder einen Dermatologen verweisen. Es gibt einige allgemeine Merkmale, auf die Sie und Ihre Kundschaft mithilfe der ABCDE-Regel achten sollten, um potenziell bedenkliche Hautveränderungen und Muttermale zu identifizieren.

DIE ABCDE-REGEL

A = Asymmetrie: Ist die Form der Hautveränderung/des Muttermals unregelmässig und nicht symmetrisch?

B = Begrenzung: Sind die Ränder der Hautveränderung/des Muttermals unregelmässig und unscharf?

C = Color (Farbe): Zeigt die Hautveränderung/das Muttermal verschiedene Farben und Flecken?

D = Dynamik/Durchmesser:

Verändert sich die Hautveränderung/das Muttermal in Grösse, Farbe, Form oder Dicke?

E = Erhabenheit: Weist die Hautveränderung/das Muttermal Knoten,

Wachstum, Erhebungen oder neu entstandene Unebenheiten auf?

Treffen eines oder mehrere dieser Kriterien zu, ist es dringend ratsam, einen Termin in einer dermatologischen Praxis zu vereinbaren.

Somit kann eine möglicherweise bösartige Entwicklung von Hautkrebs ausgeschlossen oder eine geeignete Behandlung begonnen werden.

SENSIBILISIERUNG ZUR SELBSTUNTERSUCHUNG

Empfehlen Sie eine regelmässige Selbstkontrolle, indem die Kundin oder der Kunde die gesamte Haut von Kopf bis Fuss mit einem Handspiegel auf Veränderungen überprüft. Nach mehrmaligem Kontrollieren der Muttermale können Veränderungen nach der ABCDE-Regel immer deutlicher erkannt werden. Am besten sollte die eigenständige Kontrolle stets nach demselben Ablauf vorgenommen werden, um keine Stelle wie Sohlen, Zehennägel und -zwischenräume, den Genitalbereich inklusive After sowie Ohren und Kopfhaut zu vergessen.

WEITERE EMPFEHLUNGEN FÜR HAUTKREBSVORSORGE

1. Hautscreening: Lassen Sie sich regelmässig untersuchen. Die Häufigkeit des Hautscreenings entscheidet die Hautärztin oder der Hautarzt.

2. Sonnenschutz: Es ist wichtig, die Haut vor extremer Sonneneinstrahlung zu schützen. Daher wird geraten, Sonnencreme mit hohem Lichtschutzfaktor (LSF 50+) zu verwenden und bei Bedarf Schutzkleidung wie einen Hut oder langärmelige Kleidung zu tragen.

3. Vermeidung von Sonnenbädern: Übermässiges Sonnenbaden und das Bräunen in Solarien ganz besonders

sollten vermieden werden, da dies das Risiko von Hautkrebs erheblich erhöhen kann.

4. Hautschutz in der Kindheit:

Gerade die zarte Haut der Kinder ist durch die Sonne besonders gefährdet und sollte vor Sonneneinstrahlung mit spezieller Kleidung und Sonnenschutz für Kinder geschützt werden.

Expertentipp: Früh erkannt, ist Hautkrebs oft heilbar – darum ist eine Hautkrebsvorsorge entscheidend.

BEREITS ERSCHIENEN

Diese Teile sind bisher erschienen und exklusiv für unsere Online-Abonnenten nachlesbar unter: www.beauty-forum.ch

Krätze	12/2023
Psoriasis	11/2023
Rosacea	10/2023
Vitiligo	9/2023
Nagelpilz	7+8/2023
Sonnenschutz	6/2023
Hautkrebs	5/2023
Akne	4/2023
Psyche	2+3/2023
Ernährung	1/2023
Kälte	12/2022
Pigmentflecken	11/2022



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



”

INTERVIEW

TRENDSCOUTING

Wer könnte besser wissen, welche Beauty-Trends uns im Jahr 2024 erwarten werden, als BEAUTYSTREAMS, die B2B-Plattform für Markteinblicke und Trends für die Kosmetikbranche weltweit? Wir haben Creative Director Michael Nolte zum Interview eingeladen. Er prognostiziert drei grosse Trends im Bereich der pflegenden Kosmetik: Multi-Balms, einen Trend aus Südkorea, sowie ein steigendes Bewusstsein für die Lymphgesundheit und den ganzjährigen Sonnenschutz.

FOTO: ORAWAN PATTARAWIMONGHA/SHUTTERSTOCK.COM

DER EXPERTE



MICHAEL NOLTE

ist SVP Creative Director bei BEAUTYSTREAMS, wo er ein globales Team von mehr als 200 Branchenexperten leitet, das Farbprognosen, Verbraucher- und Markteinblicke für Unternehmen weltweit bereitstellt.

BEAUTYFORUM: Welche Trends werden die Beauty-Welt im Jahr 2024 bewegen?

Michael Nolte: Bei BEAUTYSTREAMS haben wir die folgenden Trends identifiziert, die die Kosmetikindustrie im Jahr 2024 antreiben werden. Wir beobachten, dass Multi-Balms, ein K-Beauty-Trend, weltweit an Zugkraft gewinnen. Die koreanischen Verbraucher haben sich aufgrund des Product-Placement-Marketings in K-Drama-Serien und der Hygienebedenken, die durch die Pandemie ausgelöst wurden, für Multi-Balm-Sticks entschieden. Dies führte dazu, dass koreanische Verbraucher handfreie Schönheitsprodukte verwenden, die in Korea als „untact“ bezeichnet werden, eine Kombination aus den englischen Wörtern „un“ und „contact“. Heute haben Multi-Balm-Sticks auch ausserhalb Koreas einen viralen Status erlangt, da Prominente wie Doja Cat, Ava Max und Lil Nas X in ihren Musikvideos für sie werben. Auch das Bewusstsein für die Gesundheit der Lymphen und die Entwicklung der Kategorie Lymphpflege ist gestiegen. Heute wird die Bedeutung des Lymphsystems für das Wohlbefinden besser verstanden, insbesondere wie es sich auf die Gesundheit des Immunsystems und des Darms auswirkt, indem es unerwünschte Giftstoffe ausscheidet, aber auch, welche Rolle es für die Hautgesundheit und die Vorbeugung der Hautalterung spielt. Da sich die Kategorie Sonnenpflege bereits grosser Beliebtheit erfreut, erwarten wir, dass sie in den kommenden Jahren ein noch deutlicheres Wachstum verzeichnen wird. Die Verbraucher sind sich heute mehr denn je der Bedeutung des Sonnenschutzes bewusst, um Hautkrebs, Hautalterung und Sonnenbrand vorzubeugen. Dieses Bewusstsein treibt das Marktwachstum an. Die Verbraucher sind besser informiert und achten mehr auf den Sonnenschutz. Ihre Gewohnheiten haben sich geändert, sodass die ganzjährige Verwendung von Sonnenschutzprodukten an Bedeutung gewinnt.

Können Sie uns die Relevanz der Lymphgesundheit näherbringen?

Das lymphatische System ist das natürliche Reinigungs- und Drainagesystem des Körpers. Während die Erforschung des Lymphsystems in der westlichen Medizin und Wissenschaft ein relativ neues Phänomen ist, ist es in der Traditionellen Chinesischen Medizin und im Ayurveda seit Tausenden von Jahren dokumentiert. In diesen traditionellen Medizinsystemen werden Lymphmassagetechniken eingesetzt, um die Blutzirkulation, das Gleichgewicht der Körperflüssigkeiten und die Immunfunktion aufrechtzuerhalten. Das Lymphsystem ist zwar weniger erforscht als das Kreislaufsystem, aber es ist für eine gute Immunfunktion und die Gesundheit der Zellen unerlässlich. Der Lymphfluss wird durch Bewegung, Dehnung und Atmung aktiviert. Wenn die Lymphe – eine farblose Flüssigkeit, die sich aus überschüssiger Gewebeflüssigkeit im Körper zusammensetzt – nicht richtig fliesst, kann dies die Gesundheit der Haut beeinträchtigen und zu Hautproblemen führen. Diese können stumpfe, dehydrierte Haut, mangelnde Hautelastizität, vorzeitige Hautalterung, Akne, Schuppenflechte und Ekzeme umfassen. Eine unzureichend funktionierende Lymphe ist auch die Ursache für körperliche Beschwerden wie Blähungen, schwere Beine und Schwellungen.

Wie wirkt sich das wachsende Bewusstsein für die Lymphgesundheit auf die professionelle Kosmetik respektive auf die Angebote von Kosmetikerinnen aus?

Angesichts des heutigen stressigen Lebensstils und des Mangels an körperlicher Betätigung braucht das Lymphsystem zusätzliche Unterstützung in Form von gesunder Ernährung, Bewegung, Massagen sowie Drainage-Kosmetikprodukten und Wellness-Tools. Die Popularität von Wellness für das Lymphsystem hat durch die sozialen Medien einen zusätzlichen Schub erhalten. Gleichzeitig waren Lymphdrainage-Massagen in der Praxis noch nie so beliebt wie heute. Schönheits- und Wellnessanbieter investieren in diese Kategorie, indem sie Gesichts- und Körperpflegeprodukte, Massagegeräte und Nahrungsergänzungsmittel anbieten, damit die Verbraucher die Ergebnisse der Lymphdrainage zu Hause nachahmen können.

Was können wir uns unter Multi-Balms vorstellen – wodurch zeichnet sich diese Produktart aus?

Die neue Generation von Balsamstiften mit Mehrfachnutzen steht für den Aufstieg einer Hautpflege, die Effizienz, Einfachheit und Bequemlichkeit bietet. Diese Balsamstifte sind für das ganze Gesicht und sogar für verschiedene Körperteile wie Augenbrauen, Augenpartie, Hals, Ellenbogen oder Nagelhaut bestimmt, ohne dass das Produkt mit den Fingern aufgetragen werden muss. Die ultra-hygienischen Sticks lassen sich mühelos den ganzen Tag über auftragen. Mit Formeln, die von Seren, Essenzen, Feuchtigkeitsspendern und Ampullen



Der Multi-Balm-Trend stammt ursprünglich aus Südkorea, breitet sich jedoch rasch weltweit aus.

inspiriert sind, zeichnen sich die neuesten Hautpflegestifte durch ergebnisorientierte und fortschrittliche Vorteile aus. Die Formulierungen reichen von lang anhaltender Feuchtigkeitsszufuhr über die Vorbeugung vorzeitiger Hautalterung und die Förderung der Ausstrahlung bis hin zur Verhinderung von Make-up-Ablagerungen. Einige versprechen auch, schaffe Haut zu bekämpfen und gleichzeitig Falten, feine Linien und Poren zu minimieren, die Elastizität und Festigkeit der Haut zu erhöhen und die Hautstruktur zu verbessern, während sie gleichzeitig die von Umwelteinflüssen angegriffene Haut schützen und beruhigen. Und wie ihre flüssigen Gegenstücke sind auch diese Multi-Balsam-Produkte mit leistungsfähigen Inhaltsstoffen wie Kollagen, Probiotika, fermentierten Ölen und Pilzextrakten sowie Astaxanthin, Bakuchiol, Cica und Vitamin C angereichert, die die Wirksamkeit dieser Hautpflege in Stiftform erhöhen.

Immer mehr Verbraucher verstehen, wie wichtig es ist, Sonnenschutz zu verwenden, 365 Tage im Jahr. Wie wird sich das bemerkbar machen?

Die ständig wachsende Besorgnis über die UV-Belastung treibt weltweit den Verbrauch von Sonnenschutzmitteln in die Höhe. Daher wird das ganzjährige Tragen von Sonnenschutzmitteln von Experten, Dermatologen und anderen medizinischen Fachleuten allgemein befürwortet, um das Hautkrebsrisiko zu senken und vorzeitige Hautalterung zu verhindern. Während die Verbraucher die Verwendung von Sonnenschutzmitteln immer noch mit dem Strand oder mit Aktivitäten im Freien in Verbindung bringen, um einen Sonnenbrand zu verhindern, bieten Sonnenschutzmittel heutzutage zusätzliche Vorteile, die neben dem UV-Schutz verschiedene Hautprob-

leme lösen. Mit LSF versehene Formulierungen bieten den Verbrauchern auch mehr Komfort. Anstatt einen Lichtschutzfaktor auf die üblichen Produkte aufzutragen, dienen neue hochwertige LSF-Hybride als All-in-One-Lösungen, die UV-Schutz in Formaten bieten, die auch als Feuchtigkeitsspender, Seren oder sogar Grundierungen dienen. Sogar Make-up-Produkte bieten inzwischen einen integrierten Sonnenschutz und erfreuen sich immer grösserer Beliebtheit. Diese getönten Sonnenschutzformulierungen ermöglichen eine leichte bis mittlere Make-up-Deckkraft sowie einen LSF-Schutz und machen zusätzliche Produkte und reguläre Sonnenschutzmittel überflüssig, die das makellose Auftragen der Grundierung stören. Diese vielseitigen Formeln lassen sich leicht mit Hautpflege- und anderen Make-up-Produkten kombinieren, spenden Feuchtigkeit, verleihen ein strahlendes Aussehen und sorgen für eine gleichmässige Textur – und das alles bei gleichzeitigem LSF-Schutz.

Welche neuen Technologien und Formulierungen sind in der Kategorie Sonnenschutz auf dem Vormarsch?

Die „Skinification“ der Sonnenpflege hat sich beschleunigt, was neue Ausdrucksmöglichkeiten für diese Kategorie eröffnet und zu Sonnenschutzformeln mit Hautpflegevorteilen geführt hat. Diese Vorteile umfassen die Verhinderung vorzeitiger Hautalterung, den Schutz der Hautbarriere, die Stärkung von Kollagen, die Aufpolsterung der Haut, die Verringerung der Porengrösse und die Förderung gesunder Haut. Es gibt immer mehr ausgeklügelte Sonnenschutzformeln mit Inhaltsstoffen, die in der Hautpflege üblich sind, wie Bakuchiol, Niacinamid, Ceramide, Peptide oder Hyaluronsäure. Neue Technologien, die vor blauem Licht, Infrarotstrahlung und Umweltverschmutzung schützen, kommen im Sonnenpflegesektor auf und erweitern die Schutzmöglichkeiten über UV-Strahlen hinaus. Auch schweiss-, wasser-, hitze- oder feuchtigkeitsaktivierte Technologien tauchen auf, um die Möglichkeiten des Sonnenschutzes zu verbessern. Es gibt neue angenehme Texturen, innovative Formate und sensorische Erlebnisse. Neue Texturen wie zweiphasige Formeln, Wässer und Nebel sind superleicht und ultrafein, unsichtbar und nicht fettend, ziehen schnell ein und erfrischen, schaffen ein trockenes Finish und ein „nacktes“ Hautgefühl. Neue Formate wie wiederverwendbare und wasserfeste Silikonpflaster spielen mit dem Spassaspekt von Outdooraktivitäten, während Sheet-Masken praktische Formate für die Pflege nach dem Sonnenbad bieten. In den vergangenen Jahren hat das Engagement für nachhaltige Sonnenpflege zugenommen, wobei Marken umweltfreundliche Lösungen anbieten, die das Leben im Meer unterstützen, Korallenriffe schützen und die Plastikverschmutzung in den Ozeanen mit ungiftigen oder biologisch abbaubaren Formeln und umweltfreundlichen Verpackungsmaterialien oder nachfüllbaren Optionen reduzieren.

Ratgeber

ALLTAGSPROBLEME TEIL 35

WAS WÜRDEN SIE TUN?

„Ich habe eine direkte Konkurrentin in meiner Stadt, die fast genau dieselben Behandlungen anbietet. Damit kann ich umgehen, aber ich habe den Verdacht, dass sie schlechte Online-Kritiken über mein Institut schreibt. Was soll ich tun?“

Morina H. Kosmetikerin aus Wohlen

Wenn Sie den Verdacht haben, dass Ihre direkte Konkurrentin schlechte Online-Kritiken über Ihr Institut schreibt, heisst es erst einmal: ruhig Blut bewahren. Gehen Sie systematisch und ruhig an die Sache heran und bleiben Sie immer professionell. Im Folgenden zeige ich Ihnen einige Schritte, die Sie unternehmen können, um den Schaden zu beheben und die Situation zu lösen:

Überprüfen Sie die Beweise:

Sammeln Sie alle Informationen, die darauf hinweisen, dass wirklich Ihre Konkurrentin für die schlechten Bewertungen verantwortlich ist. Dies könnten beispielsweise IP-Adressen, Zeitstempel oder andere Hinweise umfassen.

Reagieren Sie nicht impulsiv:

Es ist wichtig, ruhig und professionell zu bleiben, auch wenn Sie sich ungerecht behandelt fühlen. Vermeiden Sie es, öffentlich Vorwürfe zu machen oder in einen öffentlichen Streit zu geraten.

Kontaktieren Sie die Plattform:

Wenn Sie Beweise haben, dass die schlechten Bewertungen von Ihrer Konkurrentin stammen, wenden Sie sich an die Plattform, auf der die Bewertungen veröffentlicht wurden.

DIE EXPERTIN



MAURA LEONARDO

ist spezialisiert auf Naturkosmetik und Geschäftsführerin des Kosmetikstudios Maura Leonardo Kosmetik in Zürich.
www.mikosmetik.ch

Melden Sie den Verdacht und legen Sie Ihre Beweise vor. Die Plattform kann dann möglicherweise die Bewertungen überprüfen und gegebenenfalls entfernen.

Reagieren Sie professionell:

Wenn Sie auf die schlechten Bewertungen antworten, bleiben Sie sachlich und professionell. Bieten Sie Lösungen an und zeigen Sie, dass Sie bereit sind, Probleme zu lösen. Dies kann potenzielle Kunden beeindrucken und den Schaden begrenzen.

Holen Sie sich rechtliche

Unterstützung:

Wenn Sie der Meinung sind, dass die Situation ausser Kontrolle gerät oder dass Ihre Konkurrentin weiterhin schlechte Bewertungen schreibt, können Sie rechtlichen Rat einholen. Ein Anwalt kann Ihnen helfen, die rechtlichen Schritte zu verstehen, die Sie unternehmen können, um Ihre Reputation zu schützen.

Es ist wichtig, dass Sie in dieser Situation ruhig und professionell bleiben. Konzentrieren Sie sich darauf, Ihren Kunden einen exzellenten Service zu bieten und Ihre Reputation durch positive Bewertungen und Empfehlungen aufzubauen.

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!





HAPPY NEW YEAR

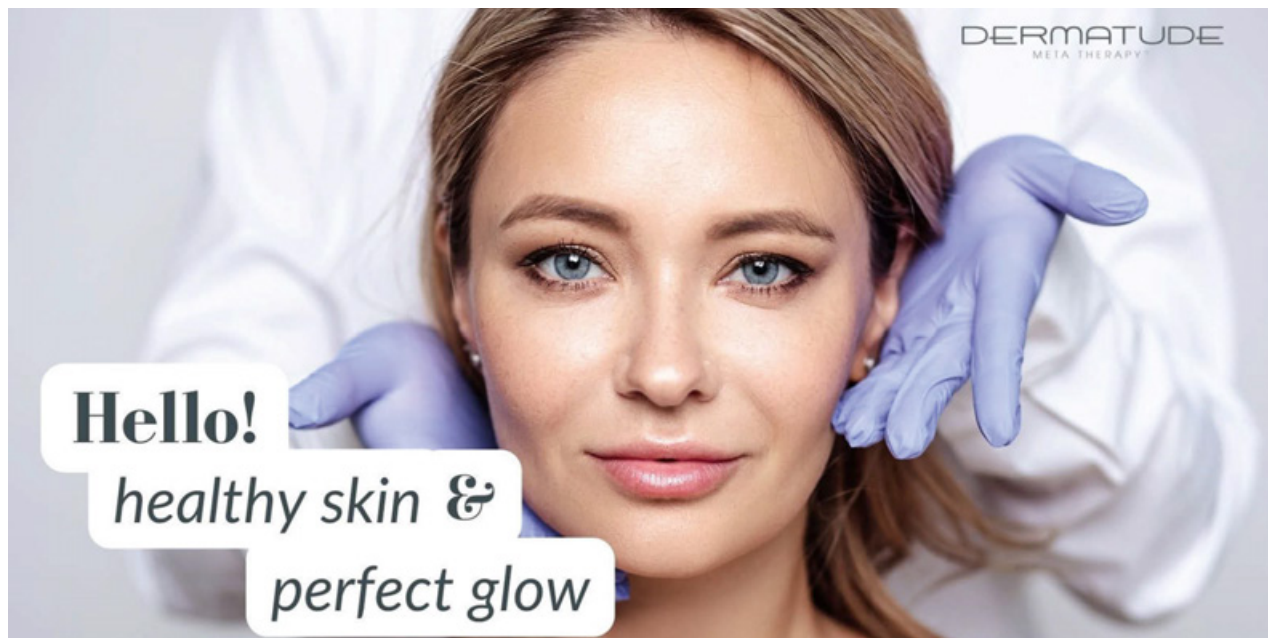


Gewinnen Sie mit innovativen Produkten potenzielle Neukunden für Ihr Institut! Wie das geht? Auf den nächsten Seiten präsentieren unterschiedliche Lieferanten, was es Neues auf dem Markt gibt. Lassen Sie sich inspirieren!

Anbieter	Seite
Dermatude-Deutschland.....	22
DS V-Line.....	23
MTR Equipment.....	24
UNEW Beauty Couture.....	25

Meta Therapy

Das einzigartige, patentierte Hautkonzept



Dermatude Meta Therapy stellt eine Revolution in Sachen Hautpflege und Hautgesundheit dar. Mit einer innovativen Technologie, einem einzigartigem Hautkonzept und einem ganzheitlichen Ansatz für Hautgesundheit verändert die Dermatude Meta Therapy die Standards der Beautybranche.

Anders als herkömmliche Methoden wie Micro- oder Nanoneedling, setzt Dermatude auf die patentierte Meta-Technologie, die auf natürliche Art und Weise ohne die Gefahr von Risiken arbeitet. Sie ist besonders schonend zur Haut und erreicht dennoch die benötigte Hauttiefe, um Hautprobleme schnell und langfristig in den Griff zu bekommen. Der Fokus bei Dermatude liegt auf Hautgesundheit, Hautverbesserung und Hautverjüngung in jedem Alter und für jeden Hauttypen.

Die patentierte Dermatude Meta Therapy eignet sich zur Behandlung unterschiedlicher Hautprobleme. Sie aktiviert und unterstützt die natürlichen körpereigenen Prozesse der Haut. Durch die wenigen Kontraindikationen, das schmerzlose Verfahren und das hohe Mass an Einsatzgebieten in der medizinischen Kosmetik ist die Meta The-

rapy vielseitig und 365 Tage im Jahr erfolgreich in Ihrem Institut einsetzbar. Das Beste? Langfristige Hautergebnisse ganz ohne Ausfallzeiten!

Dermatude Meta Therapy ist nicht nur eine Behandlung, sie ist ein ganzheitliches Hautkonzept mit dem Fokus Hautgesundheit!

Erfahren Sie mehr auf www.dermatude-deutschland.de!

DERMATUDE
META THERAPY®

- ✓ Business in a Box – erfolgreiches Geschäftskonzept
- ✓ Training & Marketing-Support
- ✓ 100% natürliches & sicheres Treatment
- ✓ FDA-Zertifiziert
- ✓ Hohe Kapitalrendite
- ✓ NISV-Frei

Dermatude-Deutschland c/o R & R GmbH

Kokenhorststr. 19 | 30938 Burgwedel | Tel.: +49 (0)5139 9580496 | info@dermatude-deutschland.de | www.dermatude-deutschland.de

Beauty Trend 2024

Hya-Thread Lift Facial Volume Technique



Das neue Schönheitsprotokoll gibt sein Debüt in der Schweiz. In einer Welt, in der sich die Ästhetik ständig weiterentwickelt, debütiert das revolutionäre Protokoll HYA-THREAD LIFT FACIAL VOLUME TECHNIQUE in der Schweiz dank Andrea Nunes, Master und offizieller Vertriebspartner.

Das HYA-THREAD-Protokoll ist eine innovative Alternative für alle, die auf der Suche nach mehr Gesichtsvolumen und frischer Haut mittels Hyaluronsäure sind. Einzigartig an der Behandlung sind die aussergewöhnlichen Ergebnisse ohne Schmerzen, ohne Nadeln und ohne Kontraindikationen. Hyaluronsäure ist bekannt für ihre Fähigkeit, Wasser zu binden, und spielt eine Schlüsselrolle für eine pralle, straffe und entspannte Haut. HYA-THREAD stellt nicht nur das Hautvolumen wieder her, sondern wirkt auch bei tiefen Falten, indem es die natürliche Kollagenproduktion anregt. Dieser doppelte Effekt sorgt nicht nur für sofortige Ergebnisse, sondern trägt auch zu einer langfristigen Volumenvergrösserung bei, indem die Hautverjüngung gefördert wird. Ausserdem definiert HYA-THREAD die Gesichtskonturen und verleiht eine natürliche Schönheit. Die Begeis-

terung für diese ästhetische Revolution ist spürbar. Im Jahr 2024 wird die erste Masterclass in der Schweiz stattfinden und wir werden verschiedene Schönheitsmessen in der Schweiz besuchen.

Das Streben nach Schönheit trifft zunehmend auf Innovation: HYA-THREAD bietet eine kompromisslose Perspektive für alle, die eine sichere und wirksame Methode suchen, um ihre Attraktivität zu beleben.

Ein Protokoll, das den Weg in eine Zukunft ebnet, in der Schönheit gleichbedeutend ist mit Sicherheit, Komfort und lang anhaltenden Ergebnissen

DS V-LINE
SWITZERLAND

- ✓ Erhöhtes Gesichtsvolumen und elastische, entspannte Haut
- ✓ Behandlung tiefer Falten für ein verjüngtes Hautbild
- ✓ Schmerzlos, nadelfrei und lang anhaltende Ergebnisse

DS V-Line Switzerland

Via Franco Zorzi 15 | 6900 Paradiso | Tel. 079 299 82 07 | info@dsvline.ch | www.dsvline.ch/de

Die Energietankstelle

Hyperbare Sauerstofftherapie



Die vielen Vorteile hyperbaren Sauerstoffs

Es ist klinisch erwiesen, dass die hyperbare Sauerstofftherapie (HBOT) bei einer Vielzahl von gesundheitlichen Problemen erhebliche Vorteile bringt. Die therapeutischen Wirkungen der HBOT beruhen auf ihrer Fähigkeit, den Sauerstoffgehalt im Blut zu erhöhen, was wiederum die Heilung fördert, Entzündungen reduziert und die allgemeine Gesundheit verbessert.

In den hyperbaren OXYLIFE Premium-Sauerstoffkammern von OXYHELP wird während den 60- bis 90-minütigen Sitzungen unter Druck bis zu 14 Mal mehr reiner Sauerstoff ins Blutplasma und in die Körperzellen geleitet als bei normalem atmosphärischem Druck! Die erhöhte Sauerstoffsättigung verbessert die natürliche Regeneration des Körpers.

Unterstützung für Schönheit und Anti-Aging

Die Verbesserung der allgemeinen Lebensqualität und Vitalität hat zudem eine direkte Wirkung auf die Schönheit und das Anti-Aging. Die erhöhte Sauerstoffzufuhr kehrt die Zellalterung um, indem die Zellregeneration und die Energieproduktion stimuliert und so die Selbstheilungs-

kräfte des Körpers verbessert werden. Des Weiteren hat die Behandlung eine entgiftende Wirkung und stimuliert die Kollagenproduktion, was das Erscheinungsbild von feinen Linien und Falten reduziert.

Die OXYLIFE Premium-Sauerstoffkammern gibt es als Mono- sowie Multiplace-Kammern. Das hyperbare Konzept gewann an der Swiss Beauty Convention Ende November 2023 den Beauty Forum Swiss Award in der Kategorie „Best Innovation Equipment/Device“.



- ✓ therapeutische Wirkung fördert den Sauerstoffgehalt im Blut
- ✓ unterstützt die körpereigenen Heilungskräfte und die Zellregeneration
- ✓ wirkt entgiftend und reduziert Falten und Linien

MTR – Health & Spa AG

Fällmisstrasse 64 | 8832 Wilen bei Wollerau | Tel. 044 787 70 80 | info@mtr-ag.ch | www.mtr-ag.ch

LVL Wimpernlifting

Mit hydrolysiertem Kollagen oder mit CeramideBIO?



Seit 2005 bietet NOUVEAU LASHES als renommierter Anbieter hochwertiger Beauty-Produkte exklusive, innovative Wimpernlifting-Lösungen an, um das Angebot in Ihrem Institut zu erweitern und Ihre Kunden in höchstem Mass zufriedenzustellen.

Entdecken Sie die Welt des LVL Wimpernliftings von NOUVEAU LASHES und unsere hochwertigen Wimpernlifting-Produkte wie das CLASSIC LVL System mit hydrolysiertem Kollagen sowie das CERA LVL mit CeramideBIO.

Warum das LVL Wimpernlifting von NOUVEAU LASHES wählen?

Unsere Produkte zeichnen sich durch innovative Forschung und fortschrittliche Entwicklungen spezieller Formulierungen und einer sorgfältigen Auswahl der Inhaltsstoffe aus, die den Wimpern nicht nur einen aussergewöhnlich schönen lang anhaltenden Schwung geben, sondern diese auch pflegen, schützen und stärken. Wählen Sie zwischen unseren zwei Wimpernlifting-Systemen:

Classic LVL mit hydrolysiertem Kollagen (Protein), das den Wimpern Feuchtigkeit spendet, sie geschmeidig hält und

ihre Struktur stärkt. Oder unsere neueste Entwicklung, das CERA LVL System mit CeramideBIO (Lipide), das die natürlich vorkommenden Ceramide im Haar wieder auffüllt und somit die Gesundheit der Wimpern fördert.

Als geschätzter B2B-Partner profitieren Sie nicht nur von hochwertigen Produkten, sondern auch von exklusiven Schulungen und Sonderangeboten. Wir sind stolz darauf, eine Partnerschaft einzugehen, die auf Wachstum, Innovation und gemeinsamen Erfolg basiert.

NOUVEAU[®]
LASHES
BELIEVE YOUR EYES

- ✓ LVL Wimpernlifting ist sanft und sicher und für empfindliche Augen geeignet: paraben-, sulfat- und phthalatfrei
- ✓ Pflegt und stärkt die Wimpern dank nährenden Inhaltsstoffen wie Kollagen, CeramideBio und Vitamine A, D, E und F

Nouveau Lashes Deutschland | Österreich | Schweiz

Sinserstrasse 8 | 6330 Cham | Tel. +41 77 477 70 00 | info@nouveaulashes.ch | www.nouveaulashes.ch

ROMANTIK BIS IN DIE SPITZEN

Lassen Sie sich von diesem einfachen, aber dennoch eleganten Nailedesign inspirieren, mit dem Sie Ihren Kundinnen romantische Herzen und zarte Farben auf die Nägel zaubern. Folgen Sie den Schritten von Naildesignerin Lovela Rohrbach, um die Nägel der Kundin in wunderschöne Leinwände für den Valentinstag zu verwandeln.



ALLE FOTOS: LOVELA ROHRBACH



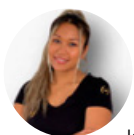
1 Beginnen Sie mit einer gründlichen Maniküre, bei der Sie die Nägel in die gewünschte Form bringen und von jeglichem Schmutz befreien.



2 Lackieren Sie behutsam und präzise eine Hälfte der Nägel mit einem schönen Pinkton, indem Sie gleichmässige Striche ziehen, um eine saubere Trennung zu malen.



3 Auf der anderen Hälfte tragen Sie den weissen Gellack auf. Achten Sie dabei darauf, eine klare Linie zu ziehen, damit die Farben in der Mitte mit einer sauberen Linie aufeinandertreffen.



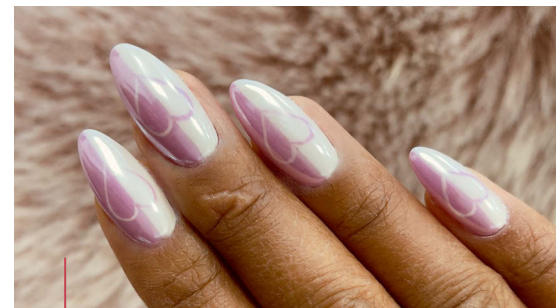
Lovela Rohrbach

ist langjährige Naildesignerin und Inhaberin ihres Studios Lovelaholic Beauty sowie ihrer Academy in Chur.
www.lovelaholic-beauty.com

„ES MUSS NICHT IMMER ROT SEIN. DIESES NAILDESIGN IST PERFEKT FÜR ALLE, DIE ZARTE FARBEN BEVORZUGEN!“



4 Für das Herzdesign benötigen Sie einen feinen Pinsel. Auf der weissen Seite verwenden Sie das Pink und umgekehrt. Zeichnen Sie mit ruhiger Hand kleine Halbbögen, die wie Herzen aussehen sollen.



5 Um dem Design eine besondere Note zu verleihen, verwenden Sie ein Glitzerpulver. Tragen Sie es vorsichtig auf alle Nägel auf, um einen funkelnden Effekt zu erzielen.



6 Zum Abschluss versiegeln Sie Ihr kunstvolles Werk mit einem Topcoat, um das Design zu schützen und ihm ein glänzendes Finish zu verleihen. Säubern Sie die Nagelränder – und fertig ist das romantische Naildesign.

Serie
TEIL 5: VOLLZUG DER V-NISSG

FAQ ZUR V-NISSG

René Schätti, Geschäftsleiter und Vorstandsmitglied der SGMK sowie Präsident der Trägerschaft V-NISSG Kosmetik, beantwortet häufige Fragen zur V-NISSG und zum Sachkundenachweis.

„Spätestens 2025 starten die Kantone mit dem schweizweiten Vollzug der Regelung der V-NISSG.“



1 WER IST FÜR DEN VOLLZUG DER V-NISSG ZUSTÄNDIG UND AB WANN STARTET DIESER?

Die Kantone sind zuständig für den Vollzug der Regelungen der V-NISSG zu kosmetischen Behandlungen mit nichtionisierender Strahlung und Schall. Es ist vorgesehen, im Jahr 2025 eine schweizweite Vollzugskampagne durchzuführen. Die Vollzugsorgane sollen dabei kontrollieren, ob Anbietende die Vorschriften zu Behandlungen unter ärztlichem Vorbehalt, zu verbotenen Behandlungen und zu Behandlungen mit Sachkundenachweis einhalten. Das BAG wird die Vollzugshilfe für die schweizweite Vollzugskampagne den Kantonen voraussichtlich Mitte 2024 zur Verfügung stellen.

Leider sieht die V-NISSG keine Meldepflicht für Betriebe vor, die Behandlungen mit Produkten durchführen, die für ihre Wirkung nichtionisierende Strahlung oder Schall aussenden. Die Adressbeschaffung von Betrieben muss daher beispielsweise über eine Websuche oder über das Handelsregister erfolgen.

2 KANN ES AUCH SCHON VOR 2025 KONTROLLEN GEBEN?

Ja, da die Vorschriften zu Behandlungen unter ärztlichem Vorbehalt und zu verbotenen Behandlungen bereits am 1. Juni 2019 in Kraft traten, können die Vollzugsorgane diese Vorschriften bereits vor der schweizweiten Vollzugskampagne kontrollieren. Diese können auch auf Meldung von Dritten erfolgen.

3 WELCHE STRAFEN KÖNNEN AUSGESPROCHEN WERDEN?

Die Vollzugsorgane können die Installation, Verwendung und Wartung von Produkten sowie die Umsetzung der Massnahmen nach Artikel 4 vor Ort kontrollieren. Sie können geeignete Massnahmen verfügen oder vor Ort anordnen, wenn die Kontrolle ergibt, dass Vorschriften oder Sicherheitsvorgaben des Herstellers nicht eingehalten werden. Ist es zum Schutz der Gesundheit des Verwendenden oder Dritter erforderlich, so können sie insbesondere:

- eine Warnung der Öffentlichkeit vor den Gefahren der Verwendung anordnen;
- bei Missachtung eines Besitz-, Abgabe- oder Verwendungsverbots das Produkt einziehen und vernichten oder unbrauchbar machen;
- bei Missachtung der Sicherheitsvorgaben des Herstellers bei der gewerblichen oder beruflichen Installation, Verwendung oder Wartung das Produkt einziehen und vernichten oder unbrauchbar machen;
- die unverzügliche Einstellung gesundheitsgefährdender Expositionen anordnen;
- bei wiederholt unsachgemässer, gewerblicher oder beruflicher Verwendung von Produkten mit Gefährdungspotenzial die Aberkennung des Sachkundenachweises veranlassen.

4 KÖNNEN AUCH BUSSEN AUSGESPROCHEN WERDEN?

Ja, nach §61 Gesundheitsgesetz kann mit einer Busse bis zu CHF 50'000 bestraft werden, wer eine nach dem Gesundheitsgesetz bewilligungspflichtige Tätigkeit ausübt oder für eine solche wirbt, ohne im Besitz einer Berufsausübungsbewilligung, in unserem Fall eines Sachkundenachweises, zu sein. Für Kontrollen, die zu keinen Beanstandungen führen, werden aber keine Gebühren erhoben.



René Schätti

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

MEDICAL BEAUTY

1



2



3



4



1 BELICO Der Meso Shot „Botox Like“ enthält einen Komplex aus Mikro- und Makropeptiden, der eine Entspannung des Fibroblastennetzes und damit der mimischen Gesichtsmuskulatur erreichen soll. Ein Antioxidantienkomplex verspricht vor umweltbedingter Hautalterung zu schützen. www.belico.de **2 TOSKANI** Basierend auf Liposomen, setzt das „Duosomal“-Peeling nach und nach Säure frei, sodass die mittlere Epidermis durch liposomale Säure sowie die Hautoberfläche durch freie Säure erneuert werden. Tel. 044 888 92 14, www.med4skin.ch **3 DR. MED. CHRISTINE SCHRAMMEK** Verfeinernd, glättend und keratolytisch soll das „Triple Effect Peeling“ für alle Hauttypen wirken. Es enthält AHAs, Enzyme und ein mechanisches Peeling für einen Glow- und Anti-Aging-Effekt. Tel. 034 420 08 00, www.simonkeller.ch **4 MESOESTETIC** Die vier neuen chemischen „mesopeel“-Mischungen versprechen mit senopeptide® und einer Multisäuretechnologie effektive und sichere Behandlungen. Sie können in alle kosmetischen Behandlungen integriert werden. Tel. 041 768 80 80, www.swissestetic.ch

STRAFFE HAUT VON INNEN

Straffe Haut oder der berühmte Glow im Handumdrehen? Die sozialen Netzwerke sprudeln über vor „heissen“ Trends als schnelle Schönmacher. Nachhaltige Effekte sind von schnellen Trendbehandlungen aber kaum zu erwarten. Wir stellen Ihnen vier apparative Behandlungen vor, die bestimmte Strukturen im Körper stimulieren, und so für nachhaltige Effekte sorgen.

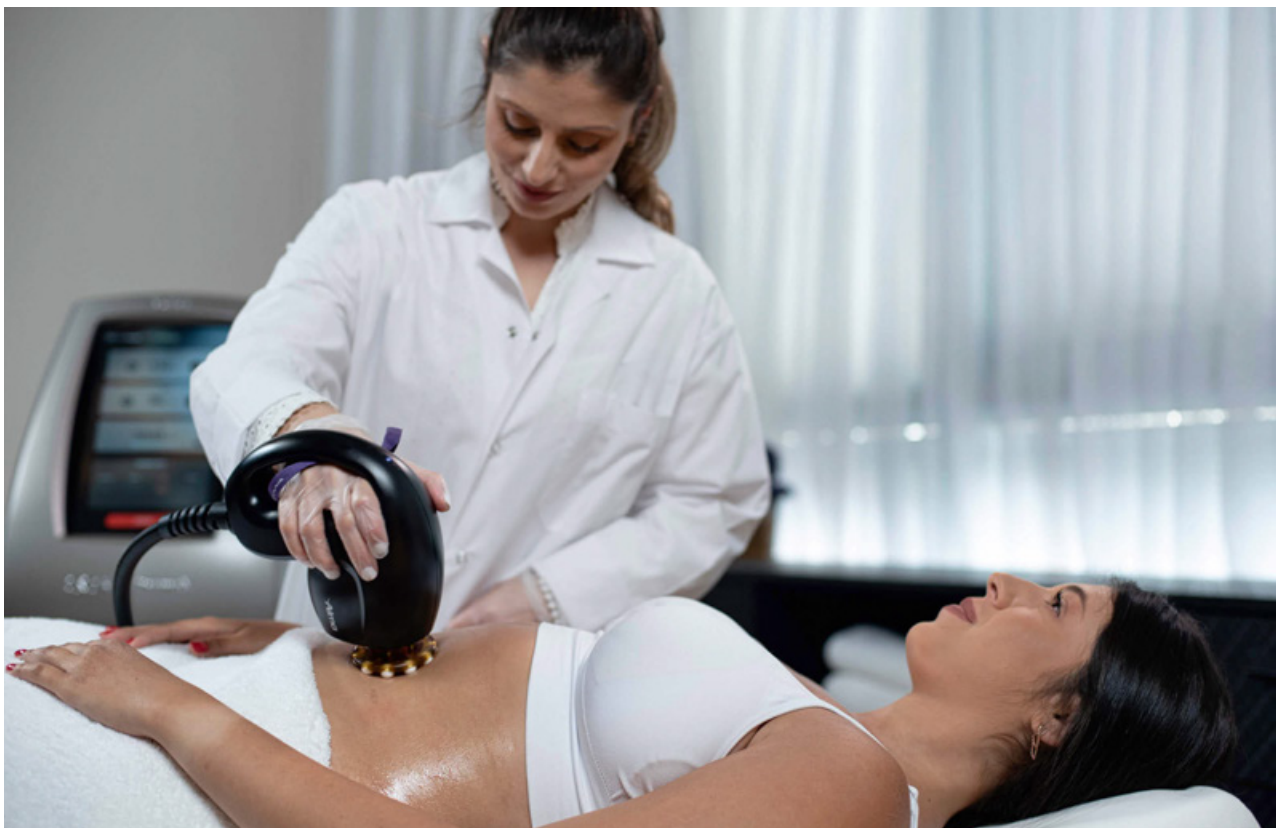
Für einen langfristigen Effekt muss in der Hauttiefe gearbeitet werden. Das ist mit energiebasierten Technologien wie Laser, Licht oder Radiofrequenz möglich: Sie setzen jeweils auf ihre Weise im Gewebe mechanische Impulse, stimulieren also bestimmte Strukturen zu erhöhter Aktivität. Dies stösst nachhaltig körpereigene Repa-

ratur- und Regenerationsprozesse an, die eine Hautverjüngung von innen heraus auslösen.

1. RADIOFREQUENZ

Eine Lösung für Hautstraffung und Body Contouring sind Radiofrequenzsysteme: Unabhängig von Hauttyp

und Jahreszeit wird das Multitalent eingesetzt, um die Haut zu straffen, Volumen aufzubauen, die Konturen anzuheben und das Hautbild insgesamt zu verfeinern. Durch sogenannte dielektrische Erwärmung wird Radiofrequenzenergie dabei mit bis zu 40,68 Megahertz (MHz) direkt in das Gewebe übertragen. Das bedeutet, dass Energie mit 40,68 Millionen



FOTOS: ALMA LASERS

Schwingungen pro Sekunde eine schnelle Drehung der Wassermoleküle im Gewebe erreicht. Dadurch entsteht Reibung und somit hochwirksame Wärme von rund 40 bis 42 Grad Celsius genau in der gewünschten einstellbaren Tiefe. Diese Wärme wiederum stimuliert das Fasernetzwerk zu nachhaltiger Regeneration: Die Produktion von Kollagen, Elastin und Hyaluronsäure wird angeregt und die Haut dadurch glatter, straffer und besser mit Feuchtigkeit versorgt. Vorteil der Behandlung: Sie ist für jedes Areal geeignet, beispielsweise auch für Hals, Dekolleté und Hände.

2. ULTRASCHALL

Natürlich schöne Kurven dank Ultraschall – spezielle Technologien öffnen durch kalte Ultraschallwellen die Membran hartnäckiger Fettzellen im Zielgewebe. Gespeichertes Fett wird freigesetzt und vom Körper abgebaut. Dieser kalte Ultraschall unterliegt nicht der NISV-Regulierung und darf demzufolge auch von Nichtärzten eingesetzt werden.

Profi-Tipp

Für straffe Haut und schöne Konturen sorgt die Kombination aus Radiofrequenz und Ultraschall. Die thermisch wirkende, tief eindringende Radiofrequenz unterstützt das Contouring, denn sie strafft und hebt nicht nur die Haut, sondern beschleunigt zusätzlich den Stoffwechsel, sodass die Abfallprodukte der Ultraschallbehandlung schneller abgebaut und abtransportiert werden. Die Behandlung eignet sich für grosse Areale wie Bauch oder Po ebenso wie für kleine, empfindliche Areale – ideal für eine individuell akzentuierte Jawline.

3. MICRONEEDLING

Immer mehr Stars und Designer setzen auf natürlich schöne Haut statt auf dicke Make-up-Schichten. Als nachhaltiger Weg zu einem langfristig schönen Hautbild haben sich neben Laser und Co. die feinen Nadeln

Bitte beachten!

- **Microneedling:** Ab einer bestimmten Länge fallen die Nadeln unter ärztliche Aufsicht.
- **RF-Needling:** Diese Kombination unterliegt dem Arztvorbehalt.
- **Microplasma:** Die Technologie wird fraktioniert-ablativ in der Arztpraxis angewandt.

etabliert – von handlichen Rollern für zu Hause bis hin zu verschiedensten Profi-Lösungen. Auch hier helfen mechanische Impulse der Haut, sich selbst zu helfen: Hunderte feinste Nadelstiche erzeugen sogenannte Mikrotraumata im Gewebe, also mikroskopisch kleine Verletzungen in der Haut.

Bei der Heilung stossen diese Reparatur- und Regenerationsprozesse in der Haut an, welche die Kollagenneubildung fördern und so das Gewebe von innen heraus verjüngen.

Ab einer bestimmten Länge fallen die Nadeln unter ärztliche Aufsicht. Auch die Kombination mit Radiofrequenz unterliegt dem Arztvorbehalt: Beim RF-Microneedling wird neben den Nadelstichen – je nach Hersteller entlang der Nadeln oder nur an ihrer Spitze – Radiofrequenzenergie eingebracht, um einen zusätzlichen Straffungseffekt zu erzielen.

4. MICROPLASMA

Microplasma ist eine Alternative zum (RF-)Needling rein auf Radiofrequenzbasis, um die Regeneration der Haut zu triggern. Microplasma wirkt durch seinen intensiven thermischen Effekt hautstraffend und gewebeerneuernd. Das Verfahren darf nach entsprechender NiSV-Schulung im Kosmetikinstitut eingesetzt werden, um beispielsweise Gesicht, Hals, Hände und Dekolleté zu straffen sowie Dehnungstreifen an Bauch oder Hüfte zu reduzieren.

Die Technologie kann ausserdem fraktioniert-ablativ in der Arztpraxis angewendet werden. Ähnlich dem



Apparative Technologien sollen körpereigene, natürliche Prozesse anregen.

fraktionierten Laser erzeugt das Microplasma dann zusätzliche Mikroverletzungen zur schrittweisen Erneuerung der Hautoberfläche.

EFFEKTIV UND NACHHALTIG

Apparative Treatments setzen auf die langfristige und nachhaltige Wirkung nach dem Motto „Hilf der Haut, sich selbst zu helfen!“ Statt eines schnellen Glows – den manche Technologien durchaus zusätzlich bieten können – setzen sie auf das Anregen körpereigener, natürlicher Prozesse. Diese mögen zwar teilweise ein wenig Zeit benötigen, um sichtbar zu werden, da die Haut sich nicht von heute auf morgen selbst regeneriert. Dafür haben sie aber auch eine langfristige Wirkung, da das Gewebe tatsächlich von innen heraus aktiviert wird – und die natürliche Schönheit von innen heraus aufbaut.



Dörte Boße

Die Autorin ist Kosmetikerin und Schulungsleiterin bei Alma Beauty, Nürnberg. www.alma-lasers.de

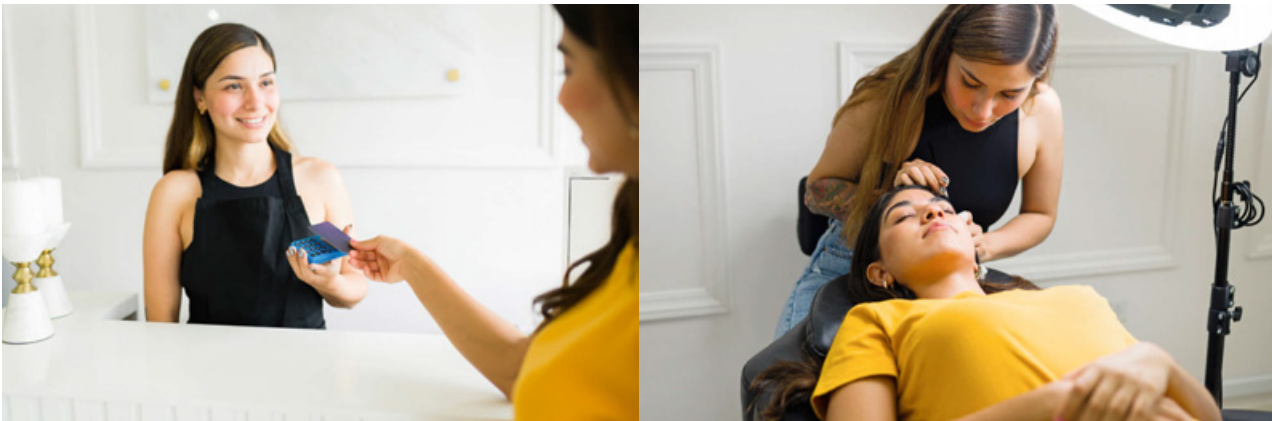


DOSSIER

AUF BEAUTY JOURNEY

Erfahren Sie auf den folgenden Seiten, wie Sie Ihren Kundinnen und Kunden besondere Erlebnisse in Ihrem Kosmetikinstitut zuteil werden lassen und somit die Kundenbeziehung stärken.





Wenn Sie in allen Stationen der Beauty-Reise positive Kundenerlebnisse geschaffen haben, ist für Ihre Kunden nach der Behandlung sicher nicht die Endstation erreicht, sondern der Weg zum treuen Stammkunden ist geebnet.

- Mit welchem aussergewöhnlichen Service können Sie diese begeistern?

DURCHDACHTE ROUTE

Bei unserer Reise organisieren wir eine optimal durchdachte Route mit einzelnen Sammelstellen, um die Kunden aufzunehmen.

Die Sammelstellen sind gut per Auto und Bahn erreichbar und bieten ausreichend Parkmöglichkeiten, um die Anreise Ihrer Kunden so entspannt und bequem wie möglich zu gestalten.

Empfangen werden sie mit einem Gläschen Sekt oder Welcome-Getränk sowie einer Broschüre über Sehenswürdigkeiten am Reiseziel und ein paar Seiten über die Kultur plus kleinen Sprachführer.

Der Bus bietet Ihren Kunden allen Komfort und wird von einem charismatischen Reiseführer kurzweilig begleitet, der auch während der kompletten Reisezeit deren kompetenter und freundlicher Ansprechpartner bleibt. Nach der Reise erhält jeder Kunde noch eine kleine Aufmerksamkeit und eine Broschüre mit den nächsten Reiseangeboten, um aus Ihren neu gewonnen Kunden treue Stammkunden zu generieren.

Sie werden sich jetzt vielleicht sagen: Ja, wenn es nur alles so einfach wäre wie in dieser Geschichte – ohne die Widrigkeiten des Alltags. Und ein Reisebüro führe ich auch nicht, sondern ein Kosmetikinstitut.

Aber: Betrachten wir doch die Eindrücke, die unser Kunde vom ersten Kontakt bis zum treuen Stammkunden erlebt, als eine Reise. Eine Reise mit einzelnen Stationen bei denen Ihre (potenziellen) Kunden mit Ihrem Institut in Berührung kommen. Beleuchten wir jede einzelne Station, um zu überlegen, ob die entsprechende Station schon ideal auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden zugeschnitten ist, oder ob es noch etwas zu verändern oder verbessern gibt: für einzigartige Kundenerlebnisse, die Ihr Institut zum dauerhaften Erfolg führen.

Ihrem Social-Media-Kanal umsehen. Wenn der potenzielle Kunde beispielsweise hier keine ansprechende oder im schlimmsten Fall gar keine Webseite findet, ist unter Umständen hier schon Schluss.

Achten Sie daher darauf, dass Ihr Institut auch medial gut gefunden und repräsentiert wird. Bei grösseren Instituten können hier eine Media-Beratung und Betreuung zu einem professionellen Auftritt verhelfen.

Aber auch für kleinere Unternehmen ist eine ansprechende Internetpräsenz schnell und kostengünstig auf

„BETRACHTEN WIR DOCH DIE EINDRÜCKE, DIE UNSER KUNDE VOM ERSTEN KONTAKT BIS ZUM TREUEN STAMMKUNDEN ERLEBT, ALS EINE REISE.“

1. REISESTATION

Die erste Station ist der Erstkontakt eines potenziellen Kunden mit Ihrem Institut. Dieser erfolgt in der Regel über eine Internet-Suchmaschine, die zu Ihrer Internetseite führt, über einen Auftritt in den sozialen Medien oder über ein Printmedium wie zum Beispiel einen Flyer. Bedenken Sie, dass auch Kunden, die über Mundpropaganda auf Ihr Kosmetikinstitut aufmerksam wurden, sich in der Regel vorab auf Ihrer Internetseite oder

die Beine gestellt. Interessant ist es, grundsätzlich immer aus dem Blickwinkel der Kunden an das Thema heranzugehen: Welche Informationen würden Sie sich auf der Homepage wünschen?

In der Regel interessiert sich der Kunde gerade in unserer Branche für unsere Person. Professionelle Bilder von Ihnen oder auch Ihren Mitarbeitern sollen Kompetenz ausstrahlen und Sympathie wecken. Ebenso Bilder, die Ihr Institut in einem einladenden Ambiente präsentieren, in

Tipps: Mit Mitarbeitern oder alleine?

Für Ihre Mitarbeiter sollte im Vorfeld ein Mitarbeiterleitfaden ausgearbeitet werden, um ein stimmiges Gesamterscheinungsbild des Instituts zu gewährleisten – natürlich ohne die kleinen Individualitäten zu sehr einzuschränken.

Gerade bei Instituten mit Mitarbeitern empfiehlt es sich, regelmässig gegenseitig Behandlungen durchzuführen, um auch Ihre Mitarbeiter die Behandlungen aus der Kundenperspektive erleben zu lassen.

Wer alleine arbeitet, kann sich zumindest gedanklich in die Lage der Kunden begeben, einzelne Elemente ausprobieren oder befreundete Kolleginnen oder Ihre Aussendienstbetreuung um eine Behandlung bei Ihnen vor Ort zu bitten. Die Erkenntnisse, die Sie daraus gewinnen können, sind unbezahlbar.

denen sich der Kunde wohlfühlen kann. Schlussendlich geht es noch um Ihr Behandlungsportfolio, wobei hier nicht zwingend jede einzelne Behandlung aufgeführt sein muss. Entscheidend ist, dass hier klar Ihre Themen oder auch Spezialgebiete herausgestellt werden, mit ein paar Beispielen Ihrer Behandlungen und mit Preisangaben, damit potenzielle Kunden die Preiskategorie Ihres Instituts einordnen können.

2. REISESTATION

In der zweiten Station hat sich der Interessent bereits entschlossen, bei Ihnen eine Dienstleistung zu buchen. Und möchte sich – sinnbildlich gesprochen – auf eine Reise mit Ihnen einlassen. Da stellt sich die Frage, wie einfach (oder schwer) ist es, in Ihrem Institut einen Termin zu buchen? Haben Sie eine Rezeption, die innerhalb der festen Öffnungszeiten stets besetzt ist, um persönlich oder telefonisch Termine zu buchen? Oder landet der Anrufer meist auf der Mailbox, im schlimmsten Fall jedoch klingelt der Anrufer erfolglos durch? In diesem Fall löst das erste Kundenerlebnis sicher keinen positiven Eindruck oder gar Begeisterung aus. Als sehr kundenfreundlicher Service kann hier ein Online-Buchungskalender Abhilfe schaffen. Ob als grosses Institut mit mehreren Mitarbeitern oder auch als Kleinunternehmer können Sie hier unter verschiedenen Anbietern Ihr optimales Buchungssystem finden.

Dieser Service wird einerseits Ihren Berufsalltag erleichtern und zugleich positive Kundenerlebnisse schon bei der Terminbuchung schaffen. Endlich ist es so weit! Ich höre schon die Vollblutkosmetikerin in Ihnen mit den Hufen scharren.

3. REISESTATION

In der dritten Station stehen nun endlich der persönliche Kontakt mit dem Kunden und die Behandlung im Fokus. Aber Stopp! Bevor es so weit ist, muss der Kunde erst mal zu Ihnen kommen:

- Sind vor Ihrem Institut ausreichend Parkplätze vorhanden?
- Ist es über öffentliche Verkehrsverbindungen gut erreichbar?
- Ist es etwas versteckt/schwer zu finden?

Für unsere Kunden kann es hilfreich sein, schon im Vorfeld auf Besonderheiten bei der Anreise, beispielsweise auf Parkmöglichkeiten, hingewiesen worden zu sein. So kommt Ihr Kunde möglichst pünktlich und entspannt und mit einer positiven Grundstimmung bei Ihnen an.

Werden Ihre Kunden nun herzlich von einer kompetent und professionell agierenden Kosmetikerin empfangen, sind alle Ampeln auf Grün. Unterschätzen Sie hier nicht den entscheidenden ersten Eindruck, bei dem Sie mit einem stimmigen Erscheinungsbild punkten können. Authentizität wird bei Kundenumfragen stets sehr hoch bewertet. Mit einem selbstkritischen Blick auf unsere

Arbeitskleidung, Make-up, Haare, Schmuck etc. sollten wir uns von Zeit zu Zeit selbst hinterfragen.

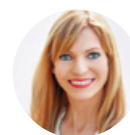
Ein knallbuntes Outfit mit offenen langen Haaren ist bei medizinisch orientierten Behandlungen ebenso wenig angebracht wie ein übertriebenes Make-up im Naturkosmetik-Institut.

FAZIT

Wenn Sie bis hierhin in allen Stationen positive Kundenerlebnisse geschaffen haben, ist für Ihre Kunden nach der Behandlung sicher nicht die Endstation erreicht, und der Weg zum treuen Stammkunden ist geebnet. Gerade wenn Sie in einem wettbewerbsintensiven Umfeld mit vielen Mitbewerbern konkurrieren müssen, sind positive Kundenerlebnisse der entscheidende Faktor, sich erfolgreich von Mitbewerbern abzuheben und eine optimale und lang anhaltende Stammkundenbindung zu erreichen.

Auch wenn Sie nicht von vielen Mitbewerbern umgeben sind, bedenken Sie, dass unsere Branche meist ein Luxusgut anbietet, auf das unsere Kunden in der Regel auch verzichten könnten. Daher sollten alle Kundenerlebnisse in unserem Einflussbereich bewusst durchleuchtet und bei Bedarf positiviert und/oder optimiert werden.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der Erschaffung angenehmer und positiver Kundenerlebnisse, um Ihre potenziellen Wunschkunden mit auf Ihre Reise zum erfolgreichen Kosmetikinstitut zu nehmen.



Irmi Heindl

Die Kosmetikerin und Visagistin ist seit 2000 Inhaberin des Instituts Kosmetik Schönzeit in Piesenkofen und spezialisiert auf die Gebiete Anti-Aging, Problemhaut und Figurbehandlung.
www.schoenzeit-kosmetik.de

ner Umgebung zu sein. Kundinnen wollen ein spürbares Erlebnis haben.

EMOTIONEN SCHAFFEN

Ein Erlebnis hat immer etwas mit einem emotionalen Erleben und Berühren der Sinne zu tun, und hier spielt die Raumgestaltung eine grosse Rolle und kann dieses Erlebnis positiv unterstützen. Die Raumgestaltung des Kosmetikinstituts soll die Sinne der Kunden berühren, und das Wissen aus der Raumpsycho-logie kann uns hierbei unterstützen.

WAS ICH SEHE

Der erste Eindruck zählt, wer kennt es nicht: In wenigen Sekunden entscheidet unser Unterbewusstsein über gefällt mir und gefällt mir nicht. Kundinnen möchten, wenn sie ein Kosmetikinstitut betreten, in eine andere Welt eintauchen und eine Verwandlung zum Schönen erfahren sowie Abstand zum Alltag finden und sich verwöhnen lassen. Und hier darf der erste Schritt über die Schwelle ein Schritt in eine andere Welt sein. Bei der optischen Raumgestaltung geht es zum einen darum, wie will ich mich mit meinem Institut nach aus-

sen darstellen will. Was sind meine Werte und auch mein persönlicher Stil in Bezug auf mein Institut? Ist mir zum Beispiel der Bezug zu Naturprodukten wichtig, darf sich dieses Thema gerne als „roter Faden“ durch die Raumgestaltung ziehen.

Ein durchgängiges Raumkonzept für Farbe, Licht und Material lässt die Kundinnen das Unternehmen als Einheit empfinden. Dies kann zum Beispiel durch schöne abgestimmte Grüntöne, durch Pflanzen und Pflanzenbilder sowie auch durch Naturmaterialien geschehen. Oder liegt der Fokus mehr auf Reinheit und Reduktion, können hier auch meditative Elemente in die Gestaltung übernommen werden. Der Einsatz von Farben und Materialien ist hier wichtig und sollte gut abgestimmt sein.

ORDNUNG UND STRUKTUR

Dass das Thema Ordnung und Struktur ebenfalls nicht zu vernachlässigen ist, dürfte nachvollziehbar sein. So wie Ihre Kundinnen ein gepflegtes Äusseres bekommen, so dürfen Ihre Räume auch eine gepflegte Gestaltung ausstrahlen. Gerade wenn Sie in Ihrem Institut Produkte verkaufen,

achten Sie darauf, dass die Regale nicht überfüllt sind. Hier sollten Sie den Spagat zwischen Präsentation des Sortiments und Beratung schaffen. Es gilt: Weniger ist mehr und lieber im Gespräch mit Ihren Kundinnen das passende Produkt beraten.

DIE WAHRNEHMUNG

Wie nehmen Ihre Kundinnen die Räume wahr? Gute Raumgestaltung leitet den Blick der Aufmerksamkeit. Und diese Aufmerksamkeit darf bereits vor dem Eingang beginnen. Gestalten Sie diesen Bereich bereits einladend, sodass der Übergang von Alltag in die Auszeit für Ihre Kunden bereits zum Erlebnis wird. Der Blick beim Betreten des Instituts ist der nächste Schritt, der für mich einladend wirkt. Ist es ein frischer Blumenstrauß, ein Bild, welches mich gleich in eine andere Stimmung versetzt, oder ein schönes Detail, das mir ein Lächeln ins Gesicht zaubert. Ihre Kundinnen sollen sich vom ersten Moment an wohl- und willkommen fühlen.

WAS ICH RIECHE

Auch über unseren Geruchssinn nehmen wir unsere Umwelt wahr. Deshalb ist auch das Thema Raumduft ein Mittel, um Ihre Kundinnen in eine andere Welt zu entführen. Düfte können wir auch noch nach Jahren Erlebnissen und Gegebenheiten zuordnen. Setzen Sie die Möglichkeiten der dezenten Raumdüfte ein und sprechen Sie somit die Gefühlsebene Ihrer Kunden positiv an.

WAS ICH HÖRE

Hallende Räume und laute Schritte, zu laute Radiomusik erzeugen Stress und verhindern die Entspannung. Oftmals nicht beachtet, ist dies doch ein wesentlicher Faktor für das Wohlfühl im Raum. Inzwischen gibt es eine Vielzahl von Elementen, welche eine gute gedämpfte Raumakustik schaffen. Neben Vorhangstoffen und textilen Bezügen können auch Akustikbilder mit passenden Motiven eingesetzt werden.

Ruhige Musik sorgt zusätzlich für eine entspannte Atmosphäre. Und auch



Um mithilfe Ihrer Institutsgestaltung Emotionen bei Ihrer Kundschaft auszulösen, sollten Sie in allen zur Verfügung stehenden Disziplinen die Bereiche der Sinneswahrnehmung ansprechen.

die Möglichkeit, mit Wasser und einem Raumbrunnen zu arbeiten, ist wunderbar, da das leise Plätschern Raumgeräusche weniger wahrnehmen lässt.

WAS ICH FÜHLE

Welche Materialien eingesetzt werden, hat ebenfalls einen grossen Einfluss auf die Wahrnehmung des Raumes. Auch wenn das Cleane im ersten Moment gut passt, dürfen dennoch auch für die haptischen Erlebnisse weiche und natürliche Materialien nicht fehlen. Es spricht beispielsweise nichts dagegen, wenn zur puren zurückhaltenden Einrichtung ein weicher einladender Sessel vorhanden ist oder Naturmaterialien wie Holz mit Lackoberflächen kombiniert werden.

Als Lichtplanerin ist mir auch das Thema Licht sehr wichtig. Licht ist nicht gleich Licht. Die richtige Lichtstimmung ist ebenfalls ein Mittel, um uns emotional zu berühren. Warmes Licht sorgt für Behaglichkeit und lässt uns besser entspannen.

Somit ist es gut, die Grundlichtstimmung nicht zu grell zu wählen. Gerade mit der neuen LED-Technik lassen sich einfach unterschiedliche Stimmungen schaffen, sodass die Kundinnen allein schon dadurch in eine andere Welt eintreten.

MEINE ERSTE-HILFE-TIPPS

• Die Kundenbrille

Gehen Sie mit der „Kundenbrille“ durch Ihr Institut. Wie wirkt es auf mich aus Sicht der Kunden? Worauf fällt mein Blick, wenn ich den Raum betrete? Berühren mich die Gegenstände und Motive und machen mich bereit, in die Schönheitswelt einzutauchen?

• Meine Sinne

Gehen Sie bewusst durch Ihre Räume und nehmen Sie wahr, was Sie sehen, hören, riechen und berühren, was ist angenehm, und wo sollte noch verbessert werden?

• Die Farbe

Überlegen Sie sich ein neues Farbkonzept, gerne auch mit einem Profi an der Seite. Wichtig ist jedoch ein durchgängiges Farbkonzept, in dem



Emotionen machen das Leben schön. Gefühle sind unser Antrieb. Damit Ihre Persönlichkeit zur Geltung kommt, braucht es einen stilvollen Raum und ein emotionales Ereignis.

alle Farben aufeinander abgestimmt sind, die auch an das Corporate Design angepasst sind.

• Weniger ist mehr

Oftmals ist weniger mehr. In unserer hektischen, reizüberflutenden Welt ist es gut, für eine gewisse Zeit in einen ruhigen Raum zu kommen. Hier darf auch unser Blick zur Ruhe kommen. Prüfen Sie gerne, ob „unnötige“ Deko vielleicht einmal zur Seite geräumt werden darf.

• Kleine Details

Kleine Details wirken oft Wunder. Ein frischer Blumenstrauss, eine Kerze im Windlicht, jahreszeitlich stimmige Dekoration, frisches Obst und etwas zu trinken können zur Begrüssung der Kundinnen gerne bereitgestellt werden und wirken einladend.

Unsere Sinne wollen ganzheitlich angesprochen werden: In unserer heutigen reiz- und informationsüberfluteten Zeit besteht bei vielen der Wunsch nach Erholung. Erholung in Form von Ruhe und reduzierten Reizen, sei es visuell oder akustisch. Und gerade hier können Kosmetikinstitute durch gute Raumgestaltung eine wichtige Erlebniswelt schaffen.

Für eine Auszeit vom oftmals hektischen Alltag. Für ein Gefühl, sich fallen zu lassen und umsorgt zu werden. Ein Moment, in dem die Kundinnen und ihre Pflege und Schönheit ganz im Mittelpunkt stehen.

MEIN FAZIT

Kunden wünschen sich ein sinnliches Erlebnis, ein Wahrgenommenwerden ihrer Person. Die emotionale Ansprache ist heute oft der eigentliche Entscheidungsgrund für die Wahl des Kosmetikinstituts.

Ein gutes Angebot, ein durchgängiges Konzept der Aussenpräsentation, Persönlichkeit und die stimmige Raum- und Unternehmensgestaltung sind heute wichtige Faktoren, weshalb sich Kunden für ein Unternehmen entscheiden und letztlich zu Stammkunden werden.



Jeanette Neidhardt-Rosenberger

ist Interior Designerin, Lichtplanerin, Feng-Shui-Beraterin und Raumpsychologin – seit mehr als 30 Jahren ist ihre Welt die Gestaltung von Räumen für Menschen mit Persönlichkeit. www.raumgeschichten.eu

KOMM MIT INS BEAUTY-LAND!

Kosmetik institute sind lange nicht mehr nur Orte für eine Gesichtsbehandlung oder eine Massage. Es geht vielmehr um die ganzheitliche Erfahrung im Institut. Die Kunden werden auf eine Reise mitgenommen, bei der sie sich entspannen, verwöhnen lassen und ihre Schönheit von innen und aussen entdecken können.

Viele Wege führen in das Institut. Die Beauty Journey beginnt lange vor dem Betreten des Instituts. Durch einen einladenden Auftritt auf allen digitalen Plattformen werden die Kunden zu ihrer Behandlung willkommen geheissen. Der erste Kontakt mit potenziellen Kunden findet oft telefonisch oder per E-Mail statt. Hier ist es

wichtig, eine passende Tonalität zu wählen und auf den Gast einzugehen. Eine herzliche Begrüssung und die richtigen Fragen helfen dabei, das Interesse des Kunden zu wecken und ihn für einen Besuch im Institut zu begeistern.

Unterschiedliche Kunden haben unterschiedliche Bedürfnisse. Darauf wird schon vor der Terminbuchung

eingegangen. Einige Kunden profitieren durch den direkten Austausch mit dem Institut über ein Telefonat. Andere Kunden finden ihren Weg über die Homepage, welche durch eine nutzerfreundliche Bedienung direkt zum Institut führt. Dort gibt es Informationen über die Behandlungen und die Option, den Termin gleich online zu buchen. Insbesondere diese Form der



FOTO: ANTONIODIAZ/SHUTTERSTOCK.COM

Buchung findet immer mehr Beliebtheit. Einige Kunden finden ihren Weg ins Institut auch über das Schaufensterdesign. Hier ist es relevant, die wichtigsten Informationen im Schaufenster oder auf Passantenstoppnern zu platzieren. Alle Institute profitieren von einer gut strukturierten Pre-Journey, um das bestmögliche Kundenerlebnis zu garantieren.

WILLKOMMEN IM INSTITUT

Sobald der Kunde das Kosmetikinstitut betritt, beginnt die Instore Journey. Eine herzliche Begrüssung in der gleichen Tonalität wie am Telefon schafft eine angenehme Atmosphäre und zeigt dem Kunden, dass er willkommen ist. Eine professionelle Produktberatung, bei der auf die individuellen Bedürfnisse und Hauttypen eingegangen wird, ist entscheidend. Die Platzierung von Produkten und aktueller Promotionen auf Tischen oder in offenen Regalen weckt die Neugierde der Kunden.

Während der Behandlung sollte das Ambiente zum Institut passen und die Behandlungsliege entsprechend eingedeckt sein. Die Kosmetikerinnen der Institute können sich darüber hinaus unterschiedlicher Tools bedienen, um den Kunden in die Behandlung einzubeziehen. Die digitale Hautanalyse erschafft ein persönliches Erlebnis und ist ganz im Sinne des holistischen Customer-Journey-Ansatzes.

EIN ERLEBNIS FÜR ALLE SINNE

Der Teufel liegt im Detail – um die Erfahrungen der Kunden zu perfektionieren, werden alle Sinne der Kunden angesprochen.

- Der **Geruchssinn** spielt eine entscheidende Rolle bei der Schaffung einer angenehmen Atmosphäre in Kosmetikinstitutionen. Ein wohltuender Duft in den Produkten und während der Behandlungen kann eine beruhigende und entspannende Wirkung auf die Kunden haben. Durch die Verwendung von hochwertigen ätherischen Ölen wird eine harmonische Duftnote geschaffen, die die Sinne anspricht und das Wohlbefinden steigert.

„EINE HERZLICHE BEGRÜSSUNG UND DIE RICHTIGEN FRAGEN HELFEN, DAS INTERESSE DES KUNDEN ZU WECKEN UND IHN FÜR EINEN BESUCH IM INSTITUT ZU BEGEISTERN.“

- Auch der **visuelle Aspekt** spielt eine wichtige Rolle. Die Räumlichkeiten der Kosmetikinstitutionen sind geschmackvoll gestaltet und strahlen eine angenehme Atmosphäre aus. Die Kunden werden von einem ästhetisch ansprechenden Ambiente empfangen, das zum Entspannen und Wohlfühlen einlädt. Die Verwendung von warmen Farbtönen, sanfter Beleuchtung und stillvollen Dekorationen schafft eine harmonische Umgebung, die die Kunden in eine andere Welt entführt.
- Der **Hörsinn** wird ebenfalls bei der Customer Journey berücksichtigt. Entspannende Musik und sanfte Klänge werden während der Behandlungen eingesetzt, um eine ruhige und angenehme Atmosphäre zu schaffen. Die Kunden können sich zurücklehnen, die Augen schliessen und den Klängen lauschen, während sie sich von den Händen der professionellen Kosmetikerinnen verwöhnen lassen.
- Auch der **Tastsinn** der Kunden sollte in das Erlebnis im Institut angesprochen werden. Durch die Beratung der Kosmetikerinnen können die passenden Produkte für den jeweiligen Hauttyp ausgewählt und direkt ausprobiert werden. Nicht zuletzt wird auch der Geschmackssinn bei der Customer Journey angesprochen. Nach den Behandlungen haben die Kunden oft die Möglichkeit, erfrischende Getränke oder gesunde Snacks zu geniessen. Diese kleinen Aufmerksamkeiten runden das Gesamterlebnis ab und sorgen dafür, dass die Kunden sich rundum verwöhnt fühlen.

NACHSORGE UND COMMUNITY

Die Customer Journey endet nicht mit dem Verlassen des Kosmetikinstituts. Durch personalisierte Empfehlungen, exklusive Angebote und regelmässige Kommunikation bleibt man mit seinen Kunden in Kontakt. Die Kunden fühlen sich wertgeschätzt und wissen, dass sie jederzeit auf die Expertise und Unterstützung zählen können. Dies stärkt die Kundenbindung und sorgt dafür, dass sie gerne zurückkehren. Viele Institute sind auf Plattformen wie Instagram und Facebook aktiv und teilen regelmässig inspirierende Inhalte, Tipps und Tricks rund um Schönheit und Hautpflege. Durch diese Präsenz in den sozialen Medien wird eine Community gestärkt, in der sich Kunden austauschen und gegenseitig inspirieren können.

FAZIT

Die Customer Journey in den Instituten sollte ein ganzheitliches Erlebnis sein, das die Kunden von Anfang bis Ende begleitet. Durch die Kombination von persönlicher Beratung, hochwertigen Produkten, einer angenehmen Atmosphäre und einem starken digitalen Auftritt erreicht ein Institut eine starke und langfristige Verbindung zu seinen Kunden.



Andreas Wolf

Der Vice President Global Digital & DtC beim Kosmetikunternehmen Babor ist mit seinem Team für digitale Transformation, sämtliche Plattformen, aber auch für UX und Customer Journey On/Offline verantwortlich.



Monika Burkhard lebt seit 2016 vegan und suchte nach einem Weg, wie sie ihre persönlichen Werte auch in ihrem Beruf zum Ausdruck bringen konnte. Ihr Background als Pharma-Assistentin und Umweltberaterin bildeten eine perfekte Grundlage, um in die Kosmetikbranche einzusteigen.

INSTITUT DES MONATS

SO SCHÖN IST TIERLIEBE

VEEL GOOD VEGAN TREATMENTS

Schönheit muss nicht leiden – Monika Burkhard zeigt mit ihrem veganen und nachhaltig geführten Kosmetikinstitut in Zürich, wie schön vegane Kosmetik sein und machen kann! Die Gäste bei VEEL GOOD können sich über komplett vegane Gesichtsbehandlungen mit Massagen sowie Mani- und Pediküren erfreuen. Damit baute sie sich nicht nur eine Selbstständigkeit auf, sondern trifft auch den Puls der Zeit und hebt sich von anderen Kosmetikstudios in Zürich ab.

FOTOS: BEAUTY FORUM/JAQUELINE KRAMER; NORA DAL CERO

Für Menschen, die sich vegane Naturkosmetik wünschen, gibt es in Zürich den perfekten Ort: das Kosmetikstudio VEEL GOOD von Naturkosmetikerin Monika Burkhard in der „Vegan Oase“. In dem kleinen grünen Häuschen teilt sich die Naturkosmetikerin die Räumlichkeiten mit einer veganen Masseurin und einer veganen Tätowiererin.

Die Gäste in der „Vegan Oase“ dürfen als Erstes ihre Schuhe ausziehen und in gemütliche Hausschuhe schlüpfen. Im Wartezimmer lässt sich die Zeit wunderbar vertreiben: Hier haben die drei selbstständigen Geschäftsfrauen ihre Produkte ausgestellt, Bücher über Bodypositivity laden zum Blättern ein, während Sticker und Flyer rund um die vegane Lebensweise gerne mitgenommen werden dürfen.

GROSSE TIERLIEBE

Monika Burkhard liebt Tiere und die Natur. Schon als Kind irritierte sie die Vorstellung, Tiere zu essen, und sie ernährte sich vorwiegend vegetarisch.

Nachdem sie einige Zeit im Ausland verbracht und omnivor gelebt hat, ist das eigene Konsumverhalten wieder ein Thema, das Monika Burkhard beschäftigt. Sie entscheidet sich im Jahr 2016 dazu, ihre Ernährung auf vegan umzustellen. Damals arbeitete die gelernte



Die „Vegan Oase“ ist ein Zusammenschluss dreier Unternehmerinnen, die vegane Tattoos, vegane Naturkosmetik und vegane Körperarbeit und Ernährungsberatung in Zürich an einem Ort vereinen.

Pharma-Assistentin EFZ als Brandmanagerin in einem Pharmaunternehmen. Zusammen mit dem Veganismus wuchs jedoch auch der Wunsch nach einer sinnstiftenden Tätigkeit, die Mensch, Tier und Umwelt zugutekommt.

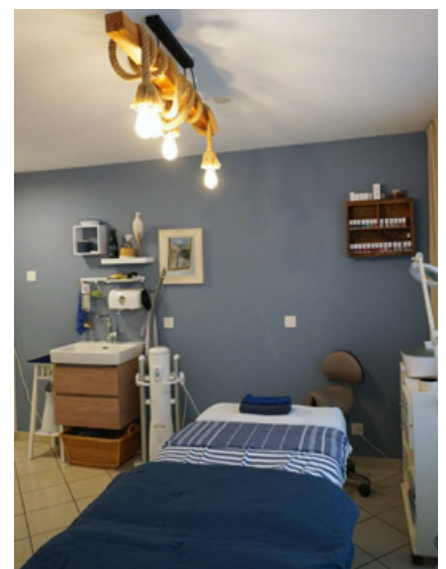
FOKUS AUF NATUR UND UMWELT

2017 liess sich Monika Burkhard deshalb berufsbegleitend zur Umwelt- und

Nachhaltigkeitsberaterin ausbilden. Fast gleichzeitig machte sie die Weiterbildung zur Naturkosmetikerin an der Academia Balance Swiss. Damit legte die toughe Tierliebhaberin die Grundsteine für eine Selbstständigkeit, mit der sie ihr Wissen über Inhaltsstoffe als Pharma-Assistentin, ihre Liebe zu Tieren und ihre Leidenschaft für die Umwelt vereinen konnte.



Die Produkte im Kosmetikstudio VEEL GOOD sind alle ausnahmslos vegan. Ausserdem bezieht Monika Burkhard diese aus der Schweiz oder dem nahen Ausland.



Auf rund 20 Quadratmetern bietet die Naturkosmetikerin komplett vegane Behandlungen an.



Im Wartezimmer können die Gäste der „Vegan Oase“ die Produkte der drei vegan lebenden Unternehmerinnen begutachten.



Für die Mani- und Pediküre werden die veganen Nagellacke von Kia Charlotta angeboten.

2018 startete sie in die Teilselbstständigkeit, seit 2020 führt sie mit ihren beiden Geschäftspartnerinnen die „Vegan Oase“ in Zürich. Inzwischen ist die Zürcherin mit 100 Prozent als Naturkosmetikerin in ihrem Studio tätig und verwöhnt ihre Gäste mit natürlichen und veganen Treatments. Seitdem hat Monika Burkhard zahlreiche Kurse und Weiterbildungen absolviert: vom Sugaring über Ohrenkerzen bis hin zum Dipl. Fachberater für Darmgesundheit und vieles mehr. Ihre Erfahrung als Pharma-Assistentin und Verkäuferin in einer Naturapotheke erlauben es ihr, ihre Kundinnen und Kunden ganzheitlicher zu betreuen.

VEGAN ALS LEITFADEN

Für Monika Burkhard ist ein ganzheitlicher Ansatz wichtig. In ihrem Kosmetikinstitut sind ausnahmslos alle Produkte vegan, möglichst biologisch und werden fair und in der Schweiz oder dem näheren Ausland hergestellt. Die Marken, mit denen sie zusammenarbeitet, sucht sie sich ganz genau aus. „Wer sicher sein will, dass die Produkte vegan und tierversuchsfrei sind, orientiert sich am besten an den entsprechenden Labels“, rät die Naturkosmeti-

kerin. „Es gibt allerdings auch Produkte, die alle Aspekte erfüllen, sich die Zertifizierung aber nicht leisten können. Bei kleineren Marken lohnt sich daher ein genauer Blick auf die Inhaltsstoffe oder der persönliche Kontakt zum Hersteller“, erklärt Monika Burkhard weiter. Denn leider gibt die Inhaltsstoffliste nicht immer Aufschluss darüber, ob die enthaltenen Stoffe tierischen, synthetischen oder pflanzlichen Ursprungs sind. Was einige nicht wissen: In vielen Kosmetik- und Pflegeprodukten stecken Stoffe, die aus tierische Schlachtabfällen hergestellt werden. Beispiele hierfür sind unter anderem Glycerin, Lecithin, Keratin und Kollagen. Die Produkte sind aber nur ein Teil von vielen: Auch die Einrichtung ist so vegan wie nur möglich: So hat das Team der Vegan Oase gezielt nach einer Wandfarbe gesucht, die ohne Tierversuche und ohne tierische Inhaltsstoffe auskommt.

Denn selbst in Produkten wie Farbe, Leim und Kleber werden oft tierische Materialien verwendet.

NATÜRLICH ENTSPANNEN

Die Gäste von VEEL GOOD sollen sich in der gemütlich eingerichteten Behandlungskabine entspannen und verwöhnen lassen können. Sanfte Musik im Hintergrund wirkt beruhigend, und der Duft ätherischer Öle schmeichelt den Sinnen.

Bevor es mit der Behandlung losgeht, wird den Gästen ein frischer Tee oder ein selbst gemachter Smoothie gereicht. Dann nimmt sich die Naturkosmetikerin Zeit, den aktuellen Hautzustand sowie die Behandlungsziele zu besprechen. „Oft sind meine Kundinnen und Kunden einfach froh und dankbar, dass ich mir Zeit für sie nehme und ihnen zuhöre“, sagt Monika Burkhard. „Klagt eine Kundin beispielsweise über Unter-

„HIER KÖNNEN DIE GÄSTE MIT GUTEM GEWISSEN ENTSPANNEN, DENN SIE TUN SICH UND DER UMWELT ETWAS GUTES.“

leibskrämpfe, lege ich ihr noch einen Hot Stone während der Behandlung zur Entspannung auf den Bauch. Es sind diese Kleinigkeiten, die den Gästen das Gefühl geben, wirklich gesehen zu werden“, erklärt die nachhaltige Unternehmerin weiter.

Ihren Schwerpunkt hat Monika Burkhard auf entspannende Gesichtsbearbeitungen sowie Mani- und Pediküre gelegt. „An der Kosmetik gefällt mir die Arbeit mit den Händen – ich setze dabei gezielt auf manuelle Massagen oder auf Tools wie Gua-Sha-Steine und Cups zur Lymphdrainage“, erklärt die Naturkosmetikerin. Besonders beliebt ist ihre „Glow-Behandlung“, bei der dank einer straffenden Gua-Sha-Massage und Schröpfkugeltechnik das Lymphsystem aktiviert wird und das Bindegewebe durchblutet wird.

Besonders verspannte oder gestresste Gäste können sich bei einer ausgiebigen Nacken-, Schulter- und Dekolletémassage fallen lassen.

Für die Mani- und Pediküre kommen ausschliesslich die veganen Nagellacke von Kia Charlotta zum Einsatz. Das Badesalz für die Pediküre stellt Monika Burkhard selbst her: Es wird mit Rote-Bete-Pulver gefärbt, enthält Fenchel, der entgiftend wirken soll, und wird mit getrockneten Rosen- und Malvenblüten ergänzt.

ZUSAMMEN WEITERKOMMEN

Als Eidgenössische Kommunikationsplanerin weiss Monika Burkhard, wie wichtig eine gute Kommunikation und zielgerichtetes Marketing sind. Sie setzt dabei vor allem auf eine optisch ansprechender, gepflegter und gut funktionierender Online-Auftritt. „Die meisten Gäste finden mich über die Google-Suche und werden dann von meiner Webseite überzeugt“, fasst Monika Burkhard zusammen. Eine Webseite erstellen zu lassen, kostet zwar Geld, doch für die Naturkosmetikerin hat sich die Investition schon ausgezahlt: „Dank meiner Webseite brauche ich keine Google Ads mehr zu schalten“, sagt sie. Die Zusammenarbeit mit Gleichgesinnten Partnern erweitert ihr Netzwerk und den Kundenkreis ebenfalls – eine Win-win-Situation für die drei Gründerinnen der „Vegan Oase“.

Text: 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



Monika Burkhard setzt gerne Gesichtsmassagen bei ihren Behandlungen ein – entweder manuell, mit Gua-Sha-Steinen oder wie hier mit Cups zur Lymphdrainage.



FAKTEN

Eröffnet: 2020

Inhaberin: Monika Burkhard

Ausbildung:

Ausgebildete Naturkosmetikerin an der Academia Balance Swiss, Eidg. Dipl. Kommunikationsplanerin, Pharma-Assistentin EFZ

Behandlungsschwerpunkte:

Vegane Naturkosmetik

Lieblingsbehandlung:

Glow-Behandlung (Gesichtsbehandlung mit Schröpfen)

Räumlichkeiten:

circa 20 m², Empfangs- und Verkaufsbereich, 1 Behandlungskabine

Marken:

Kia Charlotta, Micaraa Natural Cosmetics, Pure Skin Food, Robert & Josiane natural cosmetics, Shea Yeah

Geräte:

Bedampfungsgerät, Fusspflegegerät

Einrichtungskosten und

Grundausrüstung:

circa CHF 20'000

Kunden im Monat:

circa 45

KONTAKT

VEEL GOOD

vegan treatments

in der „Vegan Oase“
Langackerstrasse 11
8057 Zürich

www.veel-good.ch
Instagram: @veel.good.
vegan.treatments
Facebook: Veel Good
vegan treatments

WAS GIBT ES NEUES ...



Daryl Lahnstein und Pia Steinmann teilen sich die globale Markenkommunikation.

Pia Faulseit, Marketing Director DACH.

Markenkommunikation mit Doppelspitze

Pia Steinmann und Daryl Lahnstein übernehmen die Verantwortung für die globale Markenkommunikation der deutschen Hautpflegemarke Babor. Die beiden kommen aus der Elternzeit zurück und teilen sich die Position des Marketing Directors Global Brand Communication. Pia Steinmann hatte diese Position bereits vor ihrer Elternzeit inne, nun geht sie ins 50:50-Job-Sharing mit Daryl Lahnstein, die innerhalb des Unternehmens aufsteigt. „Wir freuen uns sehr, die Verantwortung für die globale Markenkommunikation zu teilen“, erklärt Pia Steinmann. Daryl Lahnstein fügt hinzu: „Durch unsere langjährige Zusammenarbeit wissen wir, dass sich unsere Stärken ergänzen.“ Pia Faulseit übernahm im November 2023 als Marketing Director DACH die Verantwortung für das Marketing in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Damit verantwortet sie die Bereiche Digital Marketing, PR, das Brand Management sowie das POS-Marketing in BABORs umsatzstärkster Region. Sie berichtet an Jan Rieke, Managing Director DACH. www.babor.com

ANZEIGE

ZU VERKAUFEN: KOSMETIKFACHSCHULE

Etablierte, langjährige Kosmetikfachschule mit bestem Ruf im Raum Zürich zu verkaufen.

Nutzen Sie die Chance und profitieren Sie von unserer Erfahrung und der Beständigkeit der Schule.

Bringen Sie Ihre neuen Ideen mit ein und starten Sie motiviert durch.

Fairer Verkaufspreis.

Kontakt: Tobias.Klump@health-and-beauty.com
Chiffre: 12024

Sie haben News?
Dann lassen Sie es
uns wissen!

Schreiben Sie der Redaktion unter
Jaqueline.Kramer@
health-and-beauty.com

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



Die Gesichtspflege ist das umsatzstärkste Produktsegment auf dem Schweizer Kosmetikmarkt.

Der Schweizer Kosmetikmarkt

Eine Studie von Statista zeigt, dass der globale Markt für Kosmetik bis 2019 Jahr für Jahr anstieg. Beeinflusst durch die Corona-Pandemie, erwirtschaftete die globale Kosmetikbranche im Jahr 2020 ein Umsatzvolumen, das acht Prozent unter dem des Vorjahres lag. Im Jahr 2022 lag die Wachstumsrate bereits wieder bei sechs Prozent und lässt auf eine Erholung des globalen Kosmetikmarktes hoffen. So soll laut Prognose auch das weltweite Marktvolumen für Hautpflegeprodukte im Jahr 2025 auf rund 189 Milliarden US-Dollar steigen. Auf dem Schweizer Kosmetik- und Körperpflegemarkt zeigt sich hingegen ein etwas anderes Bild: Hier stagniert der Umsatz seit dem Jahr 2020 bei rund zwei Milliarden Euro. Mit einem Umsatz von 385,2 Millionen Schweizer Franken im Jahr 2022 sind Gesichtspflegeartikel das umsatzstärkste Produktsegment auf dem Schweizer Kosmetik- und Körperpflegemarkt. Damit nimmt die Gesichtspflege 18,7 Prozent am Gesamtumsatz der Kosmetik- und Körperpflegeprodukte in der Schweiz ein. Weitere bedeutende Produktsegmente im Hinblick auf den Umsatzanteil sind Düfte mit 17,1 Prozent und Körperpflegeartikel mit 15,1 Prozent. Quelle: www.statista.com

... AUS DER BRANCHE?



12 Schüler tauchten am diesjährigen Nationalen Zukunftstag in den Beruf des Kosmetikers EFZ beim Schweizer Fachverband für Kosmetik ein.

Zukunftstag beim SFK

Auch in diesem Jahr bot der Schweizer Fachverband für Kosmetik SFK (Oda) 12 jungen Schülern die Möglichkeit, den Beruf des Kosmetikers EFZ besser kennenzulernen.

Neue Berufsperspektiven für Mädchen und Jungen schaffen

Am Nationalen Zukunftstag geht es darum, Kindern und Jugendlichen einen Perspektivwechsel zu bieten. Der Tag ermöglicht es Mädchen und Jungen, einen Blick in Berufe zu werfen, die von der Gesellschaft nicht unbedingt als geschlechtstypische Arbeitsfelder und Lebensbereiche wahrgenommen werden. Beim Zukunftstag geht es in erster Linie darum, Berufe zu erkunden, die man noch nicht in Betracht gezogen hat. Durch diese niederschweligen Ange-

bote öffnen sich für viele Schülerinnen und Schüler neue Horizonte.

Geschlechterneutrale Berufswahl fördern

Mädchen und Jungen bekommen durch diese Erfahrung mehr Mut und Selbstvertrauen, ihre Zukunft losgelöst von starren Geschlechterbildern zu gestalten. Denn die jungen Menschen sollten die Wahl der Berufsausbildung anhand ihrer Fähigkeiten und Interessen treffen können und dürfen. Der Nationale Zukunftstag fördert somit frühzeitig die Gleichstellung von Frau und Mann bei der Berufswahl sowie bei der Lebensplanung. Der SFK hofft, durch sein Angebot künftig mehr männliche Fachkräfte zu gewinnen und mit dem Klischee, die Kosmetik sei ein reiner Frauenberuf, aufzuräumen.

www.sfk-info.ch

Social Media

WAS GEHT AUF UNSEREN KANÄLEN?

JA, LIKE MICH DOCH!



BEAUTY_FORUM_CH

UMFRAGE

Auf INSTAGRAM zum Dossier: Rundumhautschutz

31%

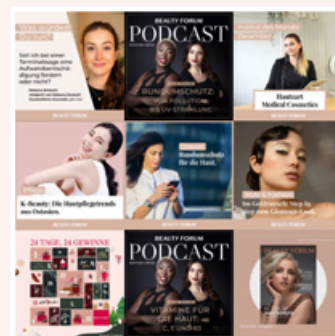
beraten zum Thema Umweltverschmutzung und Haut.

69%

bieten schützende Behandlungen spezifisch für den Winter an.

71%

der Kunden wissen, wie wichtig täglicher Sonnenschutz ist.



SPRUCH DES MONATS

„TUE HEUTE ETWAS, WORAUF DU MORGEN STOLZ SEIN KANNST.“

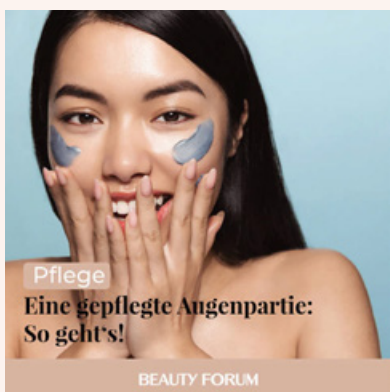
FOLLOW US

3.402



BEAUTY FORUM SCHWEIZ

Kommentiert unter diesem Bild



FACEBOOK: Welche Massnahmen für einen wachen Blick empfehlst du deinen Kundinnen?



BEAUTY_FORUM_CH

Rundumhautschutz

Von Blue Light bis Pollution

INSTAGRAM: Oxidativer Stress, UV-Strahlung, Feinstaub und Blue-Light – alle diese Faktoren wirken täglich auf unsere Haut ein. Die Wichtigkeit von Sonnenschutz ist vielen Menschen schon bewusst, doch das ist nicht alles, was der Haut zusetzt. Die Umfrage auf unserem Instagram-Kanal zeigt, dass wenig Kunden sich mit den Auswirkungen der Umweltverschmutzung auf die Haut befassen. Nur 31 Prozent der teilnehmenden Kosmetikerinnen, gaben an, Beratungsgespräche dazu zu führen. Im Dossier der Dezember-Ausgabe haben wir uns daher mit dem Rundumhautschutz beschäftigt.



FOTO: PAFFY/SHUTTERSTOCK.COM

BEAUTYS AT WORK

Für Kundinnen, die sich privat selten schminken, aber bei der Arbeit gerne mit einem gepflegten Look auftreten möchten, kann das morgendliche Badezimmeritual frustrierend sein. In diesem Step-by-step zeigt Ihnen Make-up-Artistin Dana Jokic, wie ein gelungenes Work-Make-up aussehen kann!





„EIN TYPGERECHTES
MAKE-UP IN ZARTEN NUDE-
TÖNEN MIT SANFTEN HIGH-
LIGHTS SORGT FÜR EINEN
GEPFLEGTEN UND STRAH-
LENDEN AUFTRITT IM BÜRO.

DANA JOKIC

DIE EXPERTIN



DANA JOKIC

Nach jahrelanger Tätigkeit als Office Managerin entschloss sich Dana Jokic im Jahr 2012, die Ausbildung zur Make-up-Artistin & Hairstylisten zu absolvieren. Seitdem sind Shooting- und Videodreh-Locations sowie ihr Beauty Studio in Luzern ihre Arbeitsorte. Im FACES, der Gala und der Foto Vogue wurden ihre Arbeiten bereits veröffentlicht.

Es sind nicht immer nur die besonderen Anlässe, an denen wir glänzen wollen. Auch im Alltag und besonders im Arbeitsalltag möchten wir kompetent, gepflegt und elegant daherkommen.

Bei einem Work Look gibt es nur eine Crux: Es sollen die natürlichen Vorzüge unterstrichen werden – schliesslich möchten wir uns im besten Licht präsentieren –, das Make-up sollte dabei aber nicht maskenhaft oder unnatürlich wirken.

Haben Sie Kundinnen, die bisher wenig Erfahrung im Schminken gesammelt haben, die gerne lernen möchten, wie ein elegantes Make-up für die Arbeit aussehen kann, dann ist dieses Step-by-step

von Make-up-Artistin Dana Jokic die perfekte Lektüre für Sie.

ZARTE FARBEN UND NEUTRALE TÖNE

Ein Make-up für den Arbeitsalltag soll perfektionieren, leicht kaschieren und dabei immer noch natürlich wirken. Essenziell hierfür sind eine leichte Foundation, die sehr gut zum Hautton der Kundin passt, sowie sanfte, neutrale Farben.

Den Augen schmeicheln Nude-, Beige- und Brauntöne, während ein sanfter Pfirsichtton den Wangen und Lippen dezente Frische verleiht. Je nach Hautton, Augen- und Haarfarbe Ihrer Kundin können auch kühlere Rosétöne passend sein.



1 Als Erstes trage ich eine Feuchtigkeitscreme, ein Augenserum und eine Lippenpflege auf. Dies ist ein sehr wichtiger Schritt, denn wenn die Haut nicht ausreichend befeuchtet ist, sieht sie fahl und müde aus, und es zeigen sich vereinzelte Knitterfältchen. Mit einem weichen Augenbrauenstift fülle ich mit kurzen, feinen Strichen Lücken in den Brauen aus. Danach trage ich mit einem abge-schrägten Augenbrauenpinsel Augenbrauen-puder auf, um die Striche auszugleichen. Für einen leicht laminierten Look bürste ich sie mit einem Brauengel sanft nach oben.



2 Ich schminke immer zuerst die Augen und danach das Gesicht. Somit erspare ich mir das unnötige Entfernen von Concealer und Foundation, wenn sich Lidschattenbrösel unter den Augen oder auf den Wangen befinden. Als Erstes trage ich eine getönte Eyeshadow-Base auf die Augenlider auf. Diese Base dient dazu, Verfärbungen und/oder rote Äderchen auf den Augenlidern abzudecken, und sorgt dafür, dass der Lidschatten länger haften bleibt und sich nicht bereits in der Mittagspause in der Lidfalte absetzt.



3

Auf das bewegliche Lid trage ich einen pfirsichfarbenen, leicht schimmernden Lidschatten auf. Ein matter, hellbrauner Eyeshadow oberhalb der Lidfalte dient als Übergangston und wird nach oben und aussen verblendet. Statt eines schwarzen Kajals wähle ich einen schokobraunen und ziehe damit am oberen Wimpernkranz einen Lidstrich und am unteren eine Linie bis zur Augenmitte. Beides fixiere ich mit einem Lidschatten in Braun und verwische diesen für einen softeren Look. Der äussere Augenwinkel wird intensiver betont. Nun die oberen und unteren Wimpern mit schwarzer Mascara tuschen.



4

Für den Alltag verwende ich eine feuchtigkeitsspendende Foundation, in der ein Primer bereits enthalten ist. Diese sorgt für ein lang anhaltendes und ebenmässiges Ergebnis. Für ein natürliches Finish arbeite ich die Foundation mit einem flauschigen Pinsel in die Haut ein. Mit einem Concealer decke ich gezielt Rötungen ab und lasse müdigkeitsbedingte Augenschatten verschwinden. Danach fixiere ich das Make-up mit Iosem Puder, trage ihn aber nur auf die T-Zone auf, um den natürlichen Glow auf der Haut zu erhalten.



5

Mit einem flauschigen, abgeschrägten Pinsel konturiere ich ganz leicht die Schläfen, die Wangenknochen und fahre entlang der Kinnlinie. Dabei achte ich darauf, dass alles schön verblendet ist und es keine harten Kanten gibt. Ein Puderrouge im pastelligen Apricot verleiht dem Gesicht Frische. Ein Highlighter-Puder in Perlmut setze ich in den Augeninnenwinkel auf den Amorbogen sowie auf den höchsten Punkt der Wangenknochen und der Nase.



6

Für die Lippen habe ich einen Konturenstift und Lippenstift in einem dezenten Nude-Ton gewählt. Mit dem Stift ziehe ich die Lippenkontur nach: zuerst den Amorbogen, die untere Lippenmitte und dann von aussen nach innen. Danach verwische ich die Übergänge mit einem Lippenpinsel und trage einen cremigen Lippenstift ebenfalls in zartem Nude auf. Cremige Lippenstifte verleihen den Lippen einen dezenten Schimmer und trocknen sie nicht aus.



Fertiger Look

Ein Business-Make-up sollte natürlich aussehen, lange haltbar sein und unsere Vorzüge unterstreichen, ohne dabei zu überschminkt oder maskenhaft zu wirken. Damit der Lippenstift lange hält, empfehle ich, die Lippen mit dem Konturenstift auszufüllen und erst dann den Lippenstift aufzutragen. Als Finish sprühe ich noch einen Fixierspray auf das ganze Gesicht. So übersteht der Look auch die stressigsten Tage.

FOTOS: RALF EYERTT

MAKE-UP: DANA JOKIC

MODEL: VIVIANNE OESCH



INTERVIEW

VINTAGE ROCKT!

Bei der 28. Schweizer Make-up Meisterschaft machte die Berner Rockabella Janine Beutler den ersten Platz. Sie selbst lebt den Vintagestyle, kleidet sich wie die Ladys der 1940er und 1950er, legt ihre Haare in Wellen und liebt die ikonischen „Red Lips“. Mit Herzblut und Leidenschaft stand die Vintage-Liebhaberin und Make-up-Artistin auf der Bühne und überzeugte mit ihrem Look an Modell Melina die Jury.

FOTO: ROMAN BEER FOTOGRAFIE

DIE GEWINNERIN



JANINE BEUTLER

Die Berner Rockabella lebt den Vintagestyle, ist ausgebildete Drogistin und Make-up-Artistin. Sie verzaubert Bräute an ihrem grossen Tag oder schminkt und stylt Kundinnen.
www.makeupbyjaninebeutler.com

Frau Beutler, wie fühlen Sie sich mit Ihrem Erfolg?

Grossartig! Auch wenn ich es mir sehr gewünscht und hart dafür gearbeitet habe, bin ich überwältigt, dass ich es auf den ersten Platz geschafft habe. Ich bin stolz auf mein Modell und mich, dass wir die Meisterschaft gerockt haben.

Wie haben Sie Ihre Interpretation des „1950er-Jahre Vintagestyles“ entwickelt?

Die vergangenen Zeiten sind meine grosse Leidenschaft, ich bin täglich im Style der 1940er- bis 1960er-Jahre gekleidet und gestylt. Ausserdem tanze ich Boogie-Woogie und Lindy Hop. Als ich von dem Wettbewerb gehört habe, hat mein Herz höher geschlagen, und ich musste mich sofort bewerben. Die pure Eleganz des Vintage-Styles fasziniert mich schon lange. Ich liess mich inspirieren von grossen Stilikonnen wie Grace Kelly, Rita Hayworth und Co. Die Kleider und Accessoires dazu habe ich aus meinem Kleiderschrank. ;) Zunächst habe ich ein Moodboard entwickelt. Danach hiess es üben, üben, üben. Meine Freunde und Familie haben mich dabei tatkräftig unterstützt.

Wie spielen Haare, Make-up und Styling in Ihrer Kreation zusammen?

Ich wollte einen harmonischen Look kreieren. Alles sollte elegant und gepflegt erscheinen. Die Haare spielen eine grosse Rolle dabei. Ich habe bewusst Victoryrolls gewählt, weil sie für mich für starke Frauen stehen. Das Haarnetz und der tolle Fascinator runden den Glamourlook ab. Schliesslich waren Victoryrolls die Frisur der Frauen, die in den 1940er-Jahren in den Fabriken arbeiten mussten, weil ihre Männer im Krieg waren. Das damalige Schönheitsideal war Veronica Lake mit ihren wunderschönen blonden, wallenden Haaren. Nur leider war diese Frisur sehr unpraktisch für die Arbeit in der Fabrik. Was hat die Frau von Welt also gemacht: Die Haare in schöne Rollen gelegt und fixiert, manchmal noch ein Tuch darum gebunden. Wenn man die Haare am Abend wieder geöffnet hat, so waren die Locken

wunderbar erhalten. Das Kleid und der smaragdgrüne Fascinator mit der dazu passenden Tasche gaben für mich ein sehr harmonisches Bild ab. Abgerundet wird mein Look von den Strümpfen mit Naht und den schwarzen Lackpumps.

Wie haben Sie sich auf den Wettbewerb vorbereitet?

Ich konnte auf die Unterstützung meiner Freunde und Familie zählen. Ich habe viele Stunden damit verbracht, an meinen Freundinnen zu üben und den Look zu perfektionieren. Wie bringe ich den Eyeliner noch schöner hin? Wie die Lippen noch symmetrischer? Ich bin sehr dankbar für die Unterstützung, die ich von allen Seiten erhalten habe. Auch mental habe ich mich auf den Tag sehr gut vorbereitet. Meditationen und Atemübungen halfen mir, am Wettbewerb einen klaren Kopf zu bewahren. Ausserdem die positive Einstellung und der Glaube daran, dass alles so kommt, wie es soll. Auch mein Modell Melina hat mich mit Ihrer sonnigen Art am Wettbewerbstag unterstützt. Meine Mutter und eine meiner besten Freundinnen haben mich an meinem grossen Tag begleitet und waren mein Fanclub.

Was lieben Sie am Beruf als Make-up-Artistin?

Was mir an meinem Beruf als Make-up-Artistin am besten gefällt, ist die Kreativität und der Sinn für das Schöne. Ich mag es sehr, die Schönheit meiner Kundinnen zu unterstreichen. Ich liebe das Leuchten in den Augen der Menschen, wenn sie sich schön fühlen und glücklich sind mit meiner Arbeit. Meine Lieblings-Stylings sind natürlich Vintage-inspiriert. Gerne entführe ich meine Kundinnen in eine andere Epoche und lasse sie aussehen wie eine Diva aus dem alten Hollywood. Vintagestylings haben den gewissen Glamourfaktor, der uns in der heutigen Zeit manchmal fehlt. Wer will nicht einmal aussehen wie ein Filmstar? Das verleiht einem sofort das Gefühl von Luxus und Schönheit. Ausserdem hat mich der Wettbewerb vor eine neue Herausforderung gestellt: Es war das erste Mal, dass ich vor einem so grossen Publikum geschminkt habe.

Haben Sie ein Vorbild?

Ich bewundere die Make-up-Artistin Erin Parsons, sie fasziniert mich immer wieder aufs Neue mit ihren Vintage-Make-up-Looks und -Frisuren. Man merkt, dass sie den Style lebt und sich mit den jeweiligen Epochen auseinandersetzt. Gerne lasse ich mich von ihren Videos auf Instagram oder TikTok inspirieren. Meinen eigenen Vintagestyle stelle ich aus verschiedenen Jahrzehnten zusammen: Frisur der 1940er-Jahre, Make-up der 1950er-Jahre, Outfits, inspiriert von Grace Kelly, Audrey Hepburn und Co. Es macht mir Spass, Vintage-Kleidung neu zu interpretieren.

Wen würden Sie gerne einmal schminken und stylen?

Wenn ich durch die Zeit reisen könnte und die Wahl hätte, würde ich ins alte Hollywood reisen und Ikonen wie Grace Kelly, Marilyn Monroe, Rita Hayworth und Audrey Hepburn stylen. In der modernen Zeit würde ich spontan sagen: Dita von Teese, da sie den Vintagestyle lebt und stets aussieht, als käme sie direkt von einem Filmset.

TIME TO GLOW



1



2

3



4



5



6



1 DECODED SKIN Die „Treatment Foundation“ soll den Teint perfektionieren und gleichzeitig für eine gesunde Haut sorgen. Die Formulierung hydratisiert und enthält Ceramid 2, Vitamin E, Glycerin und ein Peptid. Die Foundation ist in vier Farbtönen erhältlich. www.decodedskin.com **2 THAT'SO** Das „Face up Make up“ ist ein Spray, das laut Hersteller einen Nude-Effekt mittels Soft-Focus-Puder auf der Haut hinterlässt. Die Textur ist stark pigmentiert, aber dennoch leicht. Tel. 076 348 32 88, www.that-so.ch **3 BABOR** Das „Perfect Separation & Length Set“ umfasst die Mascara und den „Eye & Heavy Make Up Remover“. Während die Mascara mit gebogenem Silikonbürstchen für lange, getrennte Wimpern sorgt, entfernt der 2-Phasen-Remover am Abend wieder das gesamte Make-up. Tel. 055 420 28 20, ch.babor.com **4 NEE MAKE-UP** Ein Produkt, zwei Finishs: Der flüssige Lippenstift „Dual Lips Liquid Matte & Shine“ verspricht eine leichte Textur mit lang anhaltender Formel. Nach dem matten Farbauftrag kann das Glanzgel auf die Lippen gegeben werden. Tel. 034 420 08 00, www.simonkeller.ch **5 SKEYNDOR** Goldpigmente lassen die „Drops d'Or“ schimmern. Der Highlighter kann im Gesicht und am Körper verwendet werden und schenkt subtilen Glanz. Tel. 044 772 22 76, www.skeyndor.shop **6 REFECTOCIL** Der Applikator des veganen „Lash & Brow Boosters“ ermöglicht den Auftrag auf Wimpern und Brauen gleichermassen. Die Formulierung basiert auf einem natürlichen Wirkstoffkomplex, der die Wachstumsphase der Wimpern verlängert. Tel. 044 389 87 87, www.jp-rosselet.ch

ISS DICH FIT!

Nahrungsergänzungsmittel sind eine gute Unterstützung, um den Körper mit allen wichtigen Nährstoffen zu versorgen, insbesondere in anstrengenden Zeiten. Aber es ist nicht zwingend notwendig, wenn man eine durchdachte und ausgewogene Ernährungsweise pflegt. Im Gastartikel erklärt die Ernährungsberaterin Melanie Mazzara, worauf es ankommt, um gesund und fit durch die Ernährung zu sein.



FOTO: MARINA LITVINOVA/SHUTTERSTOCK.COM

Inmitten des Meers aus Gesundheitstipps, Trends und Nahrungsergänzungsmitteln, die uns in unserem Alltag begegnen, schwebt eine zentrale Frage: Können wir auch ohne Supplemente ein blühendes, gesundes Leben führen? Die Antwort, die sich in der Natur, in ihrer Vielfalt und Fülle versteckt, lautet: Ja, durchaus!

Werfen wir einen genaueren Blick darauf, wie eine durchdachte Ernährung – insbesondere im Hinblick auf Aminosäuren, Darmgesundheit und Omega-3-Fettsäuren – als Fundament unserer Gesundheit und Schönheit aussehen kann.

ESSENZIELLE BAUSTEINE: AMINOSÄUREN IN DER ERNÄHRUNG

Aminosäuren spielen eine Hauptrolle in fast jedem physiologischen Prozess unseres Körpers einschliesslich des Aufbaus von Haut, Haaren und Muskeln. Essenzielle Aminosäuren, die der Körper nicht selbst herstellen kann, müssen durch die Nahrung aufgenommen werden.

Hier sind pflanzliche und tierische Lebensmittel wie Linsen, Kichererbsen, Eier und Fleisch von entscheidender Bedeutung. Vegetarier und Veganer können sich auf Kombinationen wie Bohnen und Reis verlassen, um ein vollständiges Aminosäureprofil zu erhalten und so sicherzustellen, dass keine Lücke im Nährstoffhaushalt entsteht.

WOHLBEFINDEN AUS DEM INNEREN: DARMGESUNDHEIT

Unser Darm – oft als unser „zweites Gehirn“ bezeichnet – ist das Zentrum unserer Nährstoffaufnahme und beeinflusst massgeblich unser Immunsystem sowie unsere mentale Gesundheit. Prä- und probiotische Lebensmittel wie Knoblauch, Kefir und fermentierte Produkte wie Kimchi fördern eine florierende Darmflora. Eine ballaststoffreiche Ernährung mit Obst und Gemüse unterstützt nicht nur die Verdauung, sondern auch die Darmgesundheit, indem sie ein gesundes bakterielles Umfeld schafft. Dabei mag der Darm besonders Lebensmittel mit resistenter Stärke wie Süsskartoffeln, Maniok oder Schwarzwurzeln.

FÜR HERZ UND VERSTAND: OMEGA-3-FETTSÄUREN

Die Rolle von Omega-3-Fettsäuren, insbesondere in Bezug auf unsere Herz- und Gehirngesundheit, ist unbestreitbar. Diese entzündungshemmenden, gesundheitsfördernden Fette sind in Fischen wie Lachs und Makrele zu finden. Für diejenigen, die eine pflanzliche Ernährung bevorzugen, bieten Chiasamen, Leinsamen und Sanddorn eine exzellente und nachhaltige Omega-3-Quelle.

STRESSMANAGEMENT

Unsere geistige Gesundheit und unser Stressniveau sind untrennbar mit

unserem physischen Wohlbefinden verbunden. Stressmanagement-Techniken wie Meditation oder ausgleichende Aktivitäten in der Natur sind ebenso essenziell für unsere Haut- und Haargesundheit wie die Nahrung, die wir konsumieren.

DIE RUHIGE OASE: SCHLAF

Ruhiger Schlaf ist fundamental wichtig für körperliche Regeneration und psychische Stabilität. Einige Schlüsselstrategien für besseren Schlaf beinhalten:

- **L-Tryptophan:** eine essenzielle Aminosäure, die der Körper nicht selbst produzieren kann. Sie ist eine Vorstufe des Neurotransmitters Serotonin und wird zur Bildung von Melatonin und Niacin benötigt. L-Tryptophan ist in pflanzlichen und tierischen Produkten wie Emmentaler, Kalbsfilet, Hühnerbrust, Sojabohnen, Cashewnüssen oder Sonnenblumensamen enthalten.
- **Melatonin:** bekannt als „Schlafhormon“. Es wird hauptsächlich in der Zirbeldrüse (Epiphyse) im Gehirn produziert und reguliert unseren Schlaf-Wach-Zyklus. Der Tageslichteinfall wirkt sich auf die Produktion des Hormons aus (weniger bei Tag, mehr bei Dunkelheit). Auch das Alter hat Einfluss auf die Melatoninproduktion, so produzieren ältere Menschen oftmals weniger Melatonin.

FOTO: VICTORIAKH/SHUTTERSTOCK.COM



„MIT EINER DURCHDACHTEN, AUSGEWOGENEN ERNÄHRUNG, DIE ALLE ESSENZIELLEN NÄHRSTOFFE UMFASST, SOWIE EINER GUTEN FLÜSSIGKEITZUFUHR KANN DER KÖRPER IN SEINER VOLLEN BLÜTE GEDEIHEN [...].

- **Duftspray:** Ätherische Öle können eine beruhigende Atmosphäre schaffen. Zu den beruhigenden Ölen zählen Lavendel, Melisse oder Sandelholz.
- **Abendritual:** Konstante Abendgewohnheiten helfen dem Körper, sich auf den Schlaf vorzubereiten. Legen Sie beispielsweise eine Stunde vor dem Zubettgehen Ihr Handy weg und lesen Sie ein Buch oder hören Sie einen Podcast. Durch das Blaulicht des Bildschirms wird dem Gehirn signalisiert, es sei noch hell, weshalb es sein kann, dass das Melatonin nicht ausgeschüttet wird. Das Investieren in einen erholsamen Schlaf ist fundamentale Selbstfürsorge und fördert die tägliche Leistung und das allgemeine Wohlbefinden.

BEWUSSTE ERNÄHRUNG: VOM ANBAU BIS ZUM TELLER

Eine bewusste Auswahl und schonende Zubereitung unserer Lebensmittel ist der letzte, aber nicht weniger wichtige Baustein. Lokale, saisonale Produkte und schonende Garmethoden wie Dampfen oder Blan-

chieren bewahren nicht nur die Nährstoffintegrität der Lebensmittel, sondern sind auch eine Huldigung an unsere Umwelt und unsere eigene Gesundheit.

EIN WEG ZU GESUNDER ERNÄHRUNG OHNE SUPPLEMENTE

Um den Körper umfassend zu versorgen und unsere Gesundheit und Schönheit von innen heraus zu stärken, ist es wichtig, eine ausgewogene, nährstoffreiche Ernährung zu praktizieren. Hierzu gehören:

- **Vielfältiges Gemüse und Obst:** Ein „Regenbogen“ auf dem Teller sorgt für eine breite Palette an Vitaminen und Antioxidantien – somit für eine optimale Nährstoffversorgung.
- **Hochwertige Proteinquellen:** Dies können sowohl tierische Produkte als auch pflanzliche Alternativen wie Hülsenfrüchte, Nüsse und Samen sein.
- **Gesunde Fette:** Avocados, Olivenöl und Nüsse bieten nicht nur Omega-3-Fettsäuren, sondern auch Vitamin E, das besonders hautfreundlich ist.

FAZIT

Das Streben nach Gesundheit und Wohlbefinden muss nicht zwangsläufig durch Nahrungsergänzungsmittel unterstützt werden. Mit einer durchdachten, ausgewogenen Ernährung, die alle essenziellen Nährstoffe umfasst, sowie einer guten Flüssigkeitszufuhr kann der Körper in seiner vollen Blüte gedeihen – natürlich und unkompliziert. Jede Mahlzeit ist eine Gelegenheit, unseren Körper zu nähren, unsere Gesundheit zu schützen und unsere natürliche Schönheit zu pflegen. In Phasen grosser körperlicher oder psychischer Belastung kann es jedoch trotzdem sinnvoll sein, den Körper gezielt mit einer hoch dosierten Nahrungsergänzung in hoher Qualität zu unterstützen.



Melanie Mazzara

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



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 Dozen-

tinnen bilden Sie in den Bereichen Wellness, Kosmetik, Fusspflege, Selbstmanagement, Massage, Selfcare, IPL, V-NISSG Sachkundenachweis, 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

Die Beauty Business School BBS, das Weiterbildungs-Center der Jean-Pierre Rosselet Cosmetics AG, richtet sich an ausgebildete Kosmetikerinnen und Kosmetiker, die in ihre Zukunft investieren wollen. Ob markenspezifisches Fachwissen, Business-Seminare zum Thema Marketing und Verkauf, praxisorientierte Informationsveranstaltungen rund um Hightech-Methoden oder der Sachkundenachweis V-NISSG: Wir möchten Sie mit der bestmöglichen Kompetenz und dem richtigen Know-how ausstatten und Ihnen viel Selbstvertrauen mit auf den Weg geben, damit Sie Ihre gesteckten Ziele erfolgreich und zeitnah erreichen.

Kontaktieren Sie uns noch heute, um mehr über das vielseitige und umfangreiche Kursangebot in Dübendorf, Lausanne und Lugano zu erfahren.

Weiterbildungs-Kategorien:

- Klassische Kosmetik
- Medizinische Kosmetik
- V-NISSG Sachkundenachweis
- Markenpräsentationen
- Hightech Information Day
- Brow & Lashes

Marken:

- Alpeor Switzerland
- ARTEPIL
- Cellcosmet
- [comfort zone]
- JP ROSSELET SWISS SKINCARE SYSTEM
- Master Lin®
- MATIS Paris
- Methode Brigitte Kettber
- RefectoCil
- skin regimen
- STAGECOLOR COSMETICS

Jean-Pierre Rosselet Cosmetics AG
BEAUTY BUSINESS SCHOOL BBS
Hochbordstrasse 9, 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 389 87 87

training@jp-rosselet.ch
www.beauty-business-school.ch

■ St. Gallen

ARCOS die internationale Kosmetikfachschule

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

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

■ Zürich

Maria Schweizer AG

Fachschule für Kosmetik

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 Ausbildungsangebot für höchste Qualität. Auch ein Kosmetiklehrgang mit integriertem Sachkundenachweis wird angeboten. In den mehr als 80 Jahren des Bestehens absolvierten bereits tausende von Schülerinnen und Schülern die anspruchsvolle Ausbildung mit Diplom der Fachschule für Kosmetik Maria Schweizer und legten damit den Grundstein zum beruflichen Erfolg.

Stettbachstrasse 6, 8600 Dübendorf
Tel.: +41 44 312 39 39
info@mariaschweizer.ch
www.mariaschweizer.ch

MEDIZINISCHE KOSMETIK

■ Baar

swissestetic AG

Erfolgreich dank Wissen

Die Kosmetikbranche durchlebt einen ständigen Wandel. Es ist nicht einfach, auf dem neusten Stand zu bleiben. Die Kunden haben immer höhere Ansprüche, die rechtlichen Anforderungen werden komplizierter und die Kosmetikindustrie bringt laufend neue Produkte auf den Markt.

Wir helfen Ihnen, auf dem neusten Stand zu bleiben. Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung in der kosmetisch-medizinischen Branche. Nehmen Sie teil an unseren professionellen Weiterbildungen und Events, lernen Sie unsere innovativen Produkte und Behandlungen kennen und lieben.

Seien Sie erfolgreich dank Wissen! Wir freuen uns auf Sie.

Unsere fundierten Schulungen inklusive Zertifikat beinhalten unter anderem die folgenden Themen, bei denen Theorie, sowie auch die praktische Anwendung kompetent weitergegeben werden: Anti-Aging, Akne, chem. Peeling, Depigmentation, Kabinenbehandlungen, Verkaufsprodukte und viele mehr. Die aktuellen Kursdaten finden Sie auf unserer Homepage.

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

Weiterbildungskategorien:

- Medizinische Kosmetik
- Marken:

- mesoestetic
- swissestetic

■ 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

LASHES

■ Bern / Zug

Nouveau Lashes – The Ultimate Lash Brand

Egal, ob Sie am Anfang Ihrer Karriere stehen oder eine erfahrene Lash Stylistin sind, wir bieten für alle Stufen ein entsprechendes, professionelles Trainingsprogramm mit der offiziellen und weltweit anerkannten Nouveau-Lashes-Zertifizierung an:

- LVL Collagen / Cera Wimpernlifting
- Augenbrauenlaminierung
- 1:1 Wimpernverlängerung
- Volumen-Wimpernverlängerung

Unsere Schulungen kombinieren die vertiefte, theoretische Ausbildung, mit ausführlicher praktischer Anwendung, damit Sie jede Behandlung sicher und selbstständig durchführen können. Nach dem Abschluss der Schulung erhalten Sie ein weltweit anerkanntes Zertifikat (mit 33 CPD Points bei Wimpernlifting und 52 CPD Points bei Wimpernverlängerung) sowie weiterhin professionelle Unterstützung durch unser Team bei Behandlungen oder Marketing.

Distribution und Schulungscenter CH | DE | AT
UNEW Beauty Couture AG
Sinnerstrasse 8, 6330 Cham
Tel. 077 477 70 00
info@nouveaulashes.ch



Foto: Pixel-Shot/Shutterstock.com

Sie bieten Aus- und Weiterbildungen an? Hier könnte Ihr Eintrag stehen.

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

BEAUTY FORUM
BE INFORMED, BE INSPIRED, BE YOURSELF!

www.nouveaulashes.ch
www.unew.shop

■ 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

■ Zürich / Schaffhausen

Luxus Lashes Schweiz

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

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

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

MAKE-UP

■ Bern

BLEND – Academy of Make-up Artistry Visagistenschule

Ausbildung / Weiterbildung
Die Nummer 1 Ausbildung zum professionellen Hair- & Make-up-Artisten / Visagisten im Herzen von Bern. Unter erstklassigen Bedingungen baust Du Dir im familiären Umfeld eine vielfältige Grundlage auf, um in der Beautybranche durchzustarten. Du lernst alles über Make-up und Hairstyling von Schweizer Top Make-up-Artisten und profitierst von unserem Netzwerk. In aufbauenden Modulen bieten wir eine solide Grundausbildung zum Visagisten für Quereinsteiger und Fachleute sowie Weiterbildungen im Bereich

Hairstyling und Make-up. Zudem organisieren wir 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, 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

PERMANENT-MAKE-UP

■ Dottikon

Natural Design Swiss Academy

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

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

NAIL

■ Bern / Zug / Luzern

Bio Sculpture – Schweiz

Die Nageldesign-Schulung, die weit über eine herkömmliche Ausbildungen hinausgeht! Seit vielen Jahren nehmen wir eine führende Position in der Nail-Branche ein und sind für unsere hochwertigen Produkte bekannt, die die FDA- und CPNP-Zertifizierungen tragen. Unsere Schulungen geniessen ebenfalls einen weltweit erstklassigen Ruf.
– EVO Gel-Lack System (ISO 10993-5)
– BIOGEL (Original seit 1988)
– BI-OLYCEL
– Seide Reparaturen / Verstärkungen
– Russian Maniküre

Unsere Kursangebote decken sowohl Grundlagen als auch fortgeschrittene Techniken im gesamten Spektrum des Nageldesigns ab.

Ausbildungsmöglichkeiten:
2 Tage (Basic) oder 4 Tage (Full)
Distribution und Schulungszentrum CH | AT
UNEW Beauty Couture AG
Sinnerstrasse 8, 6330 Cham
Tel. 077 477 70 00
info@biosculpture.ch
www.biosculpture.ch, www.unew.shop

■ Frauenfeld

alessandro Schweiz AG

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

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

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, V-NISSG Sachkundennachweis, 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 40 Jahren eine umfassende, zeitgemässe und massgeschneiderte Aus- und Weiterbildung im Bereich der Farbe, Stil & Imageberatung in der ganzen Schweiz an.

- Online-Fernlehrgang Dipl. Farb- und ModestilberaterIn Damen SIF
- Dipl. Farb- und ModestilberaterIn Damen SIF
- 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 Cadourin
Rue du Midi 17
1800 Vevey
Tel. +41 78 661 09 37
ccadourin@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



Offizieller Berufsverband der Schweizer NaildesignerInnen
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@vvds.ch, www.vvds.ch

IHRE STERNSTUNDEN IM JANUAR

HOROSKOP

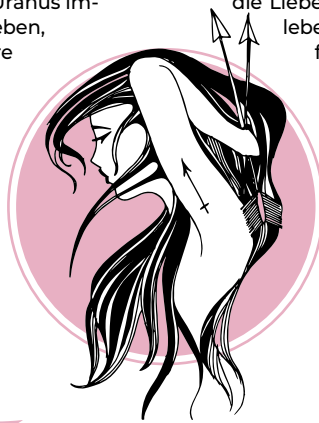
Steinbock (22.12. – 20.1.)

DIE ZEIT FÜR ERFOLG:

In den kommenden Wochen erhalten Ihre Vorhaben mächtig Aufwind! Nicht nur, weil sich unter Jupiter und Uranus immer wieder plötzliche günstige Fügungen ergeben, sondern auch, weil Sie selbst es verstehen, Ihre Potenziale optimal zur Entfaltung zu bringen. Entsprechend leicht fällt es Ihnen, Ihr Umfeld von Ihren Fähigkeiten zu überzeugen. Ausserdem erleben Sie mit Sonne und Mars im eigenen Zeichen einen kräftigen Energieschub, den Sie nutzen sollten, um wichtige Weichen für Ihre Zukunft zu stellen. Auch schwierigste Projekte lassen sich jetzt nahezu spielend meistern.

DAS LIEBES-SPECIAL FÜR DIE GEBURTSTAGSKINDER:

Sie ruhen ganz und gar in sich und können sich daher besser für die Liebe öffnen! Entsprechend profitiert auch Ihr Privatleben von den vielen stabilisierenden kosmischen Einflüssen. Neben der Chance, Ihre Partnerschaft zu festigen, liefern die Sterne auch den Anreiz und die entsprechenden Ideen, um Ihrem Beziehungsleben ganz neuen Glanz zu verleihen sowie frischen Wind in Ihre Alltagsroutinen zu bringen. Und wer noch Single ist, hat jetzt die Möglichkeit Mr. Right zu treffen. Da Sie Sonne und Mars mit sehr viel Ausstrahlung und Sex-Appeal ausstatten, werden Sie im Moment sicher nicht übersehen.

**Wassermann (21.1. – 19.2.):**

Wenn Sie es verstehen, Ihren Blick bewusst auf die kleinen Glücksmomente zu lenken und sie voller Dankbarkeit zu geniessen, anstatt sich nach dem grossen Wurf zu sehnen, schenkt Ihnen Venus gleich zu Beginn des Jahres eine tiefe innere Zufriedenheit.

**Zwillinge (21.5. – 21.6.):**

Sie starten etwas plan- und ziellos ins neue Jahr und tendieren dazu, sich mit anderen und deren Visionen zu vergleichen. Das bringt Sie nicht weiter! Schliesslich wollen Sie nicht das Leben eines anderen kopieren! Nutzen Sie lieber diese Zeit, um Ihre Akkus aufzuladen.

**Waage (24.9. – 23.10.):**

Im Moment spüren Sie wieder ganz klar, dass Sie nicht für Alleingänge gemacht sind. Sie lieben es, sich mit Gleichgesinnten zusammenzutun und im Team zu wirken. Ihre besten Ideen entwickeln Sie im Austausch mit anderen.

**Fische (20.2. – 20.3.):**

Der Kosmos pusht Ihren Ehrgeiz. Dank der beiden Yang-Planeten Sonne und Mars starten Sie mit einer grossen Portion Durchsetzungskraft und Selbstbewusstsein ins neue Jahr! Finanziell sollten Sie sich aber etwas zurückhalten.

**Krebs (22.6. – 22.7.):**

Auch wenn es scheint als ginge gerade nichts so recht vorwärts, ist das noch kein Grund für Pessimismus. Wenn Sie Ihr Leben zum Jahresbeginn neu ordnen und sich von Ballast befreien, entsteht Raum für positive Veränderungen.

**Skorpion (24.10. – 22.11.):**

Sie starten mit Power, Optimismus, einem neuen Unternehmungsgeist und einem gesunden Realitätssinn in 2024 und dürfen sofort Nägel mit Köpfen machen! Mars und Saturn stärken Ihren Arbeitseifer und Sonne und Jupiter sorgen dafür, dass sich Ihr Einsatz auszahlt.

**Widder (21.3. – 20.4.):**

Auch wenn Sie als Feuerzeichen zu den Macherinnen des Tierkreises gehören, zahlt sich überehrgeiziger Aktivismus in den kommenden Wochen nicht aus. Gehen Sie mit den vielen guten Ideen, die Ihnen Merkur bis Mitte des Monats zuflüstert in eine Planungsphase.

**Löwe (23.7. – 23.8.):**

Sie starten mit kreativen Einfällen ins neue Jahr! Geben Sie Ihren Ideen auch dann eine Chance, wenn sie sich nicht unmittelbar umsetzen lassen! Minus-Jupiter und Minus-Uranus erhöhen Ihre Anspruchshaltung und lassen vergessen, dass doch der Weg das Ziel ist.

**Schütze (23.11. – 21.12.):**

Auch wenn Sie der momentanen starken kosmischen Steinbockbetonung nur wenig abgewinnen können, lässt sich auch im Januar dank Merkur und Venus einiges erreichen. Insbesondere dann, wenn Sie Networking als wichtiges Erfolgs-Tool nutzen.

**Stier (21.4. – 20.5.):**

Besser kann man nicht ins neue Jahr starten: Ihre Vitalität befindet sich auf dem Höhepunkt, Uranus und Jupiter verleihen Ihnen Rückenwind und statten Sie mit einer enormen Innovationskraft aus. Nutzen Sie diese Energien!

**Jungfrau (24.8. – 23.9.):**

Wahrscheinlich erleben Sie starke Schwankungen in Ihrem Energielevel! Dort, wo Sie Feuer und Flamme sind, scheinen Sie unendliche Power zu besitzen. Sobald Alltagsroutinen angesprochen werden, fühlen Sie sich erschöpft.

**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

31. Jahrgang 2024
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
Hirschmattstrasse 30a, 6003 Luzern
Tel. 041 417 07 70; Fax 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, Caroline Rindlis-
bacher, 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 01.01.2024

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, ge-
ben 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 Neubildung der Fachartikel selbst
vorzunehmen.

Druck

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

NR. 02 ERSCHEINT AM 17. FEBRUAR 2024

VORSCHAU



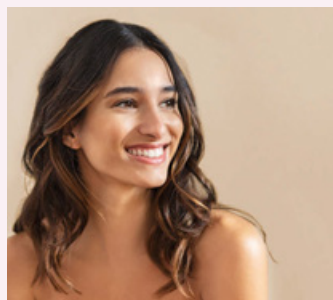
DOSSIER:

SHINE FROM WITHIN:
PFLEGE VON INNEN

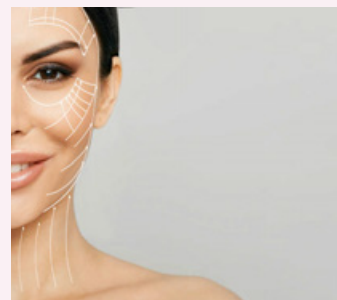
Schönheit bedeutet heute nicht mehr, äusserlich makellos zu erscheinen, sondern vor allem eine positive Einstellung zu sich selbst zu haben. Wer diese Einstellung hat, strahlt das auch aus! Wie Sie Ihren Kundinnen zu mehr „Inner Beauty“ verhelfen können, lesen Sie in der nächsten BEAUTY FORUM ED. SWISS.

NATURAL
LOOK

Pflege, Make-up und Eingriffe
für ein natürliches Aussehen.

STRAFFERE
KONTUREN:

Apparative und pflegende
Kosmetikstrategien.



ABO-HOTLINE:

Tel. 041 417 07 70

WERBEPARTNER IN DIESER AUSGABE

Dermatude-Deutschland	22
DS V-Line Switzerland	23
Health and Beauty Marketing Swiss GmbH	U2, U3
Lydia Dainow Suisse Cosmetic GmbH.....	9
MTR Health & Spa AG	24
swissestetic AG	U4
UNEW Beauty Couture.....	25



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 ...



**RENÉ
SCHÄTTI**

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

1



WAS MACHEN SIE, WENN SIE FREIHABEN?

Eine sehr gute Frage. Ich muss gerade überlegen, wann das war und ob ich mich noch daran erinnern kann, was ich damals machte. Vermutlich war es ein Ausflug mit meiner Frau. Wir besuchen gerne schöne Orte in der Schweiz, machen Fotos, geniessen die Natur und die Zweisamkeit.

2

Was ist Ihr liebstes Reiseziel und warum?

Mein liebstes Reiseziel und auch das Land, in dem ich meinen Lebensabend verbringen werde, sind die Philippinen. Die Freundlichkeit und Offenheit der Menschen, die über 7'000 wunderschönen Inseln mit ihren weissen Stränden, das tropische Klima – übrigens sehr gut für meine aknegeplagte Haut – sowie das leckere Essen begeistern mich jedes Mal aufs Neue.

3

Was tun Sie, um zu entspannen?

Jeder Tag, an dem ich beruflich nichts mit Schweizer Behörden zu tun habe, ist für mich bereits Entspannung pur. Sonst sitze ich gerne draussen auf meiner Terrasse, an einem See oder in der Stadt, trinke ein Glas Schweizer Weisswein und genieisse meine Camel.



4

WIE HALTEN SIE SICH FIT UND HEALTHY?

Äähäh ... ach ja, manchmal darf ich als Model hinhalten, wenn wir bei unseren Aus- und Weiterbildungen eine ungerade Anzahl Teilnehmende haben.

BEAUTY FORUM PODCAST

EDITION SWISS

JETZT ANHÖREN!



www.beauty-forum.ch/podcast

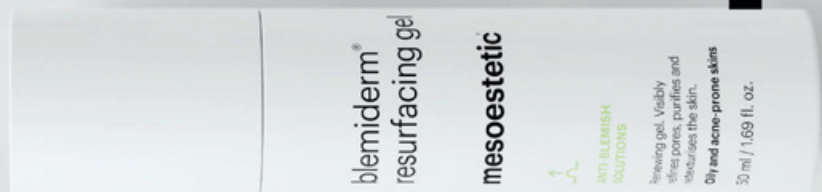
14-tägig eine neue Folge:
20 Minuten geballtes Beauty-Wissen
und Experten-Talks

mesoestetic®

85



Me



blemiderm®

Befreie die Haut von Unreinheiten

Die neue blemiderm® Linie mit dem einzigartigen blemiclear complex von mesoestetic® im Kampf gegen die Akne

swissestetic®
medical solution

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