

03
24

Edition Swiss | CHF 9,00 | www.beauty-forum.ch

BEAUTY FORUM

BE INFORMED, BE INSPIRED, BE YOURSELF!

KLANG HAT KRAFT

MIT SOUNDHEALING ZU
MEHR WOHLBEFINDEN

LIEBLINGS FARBEN

DIE TRENDPRODUKTE FÜR
FRÜHJAHR UND SOMMER

DOSSIER:

JUNGE HAUT

TREATMENTS FÜR TEENIES
IM KOSMETIKINSTITUT

NEU

Derma Roller



PDRN



Propolis

Madeca-
ssoside

Glutathione

Peptide
complexGinseng
culture

Natürlich. Effektiv. Stimulierend.

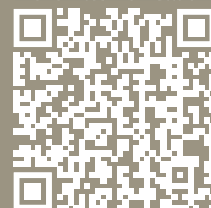
Derma Roller in Kombination mit einem Serum aus hochwertigen Wirkstoffen – für einen sofortigen Glow-Effekt. Dank der Stimulation von 540 mikroskopisch kleinen Nadeln können die Wirkstoffe wie Niacinamid, Ginseng, Madecassoside, Peptidkomplex und Propolisextrakt an die Basalschicht der Epidermis, bis in die Dermis abgegeben werden. Die Anwendung ist einfach, zeitsparend, antibakteriell und weist eine hervorragende Wirkung auf.

Verwendung:

- Hautregeneration
- Verbesserung von Narben
- Verbesserung der Hautelastizität
- Minimierung der Fältchen
- Stimulation der Kollagenfasern



Hier exklusiv erhältlich!



ALLE ONLINEBESTELLUNGEN JETZT PORTOFREI



Einfach clever shoppen:
www.simonkeller.ch

Simon Keller AG,
3400 Burgdorf

034 420 08 00
verkauf@simonkeller.ch

Keller
simonkeller.ch

KOSMETIK

für mehr Selbstbewusstsein

Hormonchaos, Konflikte mit den Eltern, ein unsicheres Selbstbild, das erste Mal verliebt: Die Pubertät ist eine herausfordernde Zeit, in der das Gehirn der Jugendlichen die Weichen neu stellt. Studien mit Mäusen und Ratten an der Universität Heidelberg haben gezeigt, dass negative Erfahrungen wie soziale Ausgrenzung in diesem Zeitraum bleibende Konsequenzen im Erwachsenenalter haben können. Lässt man den Ratten, die soziale Ausgrenzung erfahren haben, als ausgewachsenen Tieren die Wahl zwischen Alkohol und Wasser, so entscheiden sie sich eher für Alkohol. Faszinierend, nicht wahr? Aber kommen wir nun zurück zur Kosmetik: In der Pubertät leidet ein Grossteil der Jugendlichen unter Akne – dies kann für Betroffene sehr belastend sein: Der Selbstwert wird getrübt, und schlimmstenfalls kommt es zu Mobbing. Als Kosmetikerin haben Sie hier die Möglichkeit, Leben zu verändern!

Mit einem regelmässigen Behandlungsplan und passender Heimpflege lassen sich die lästigen Pickel und Pusteln in den Griff bekommen. Wie Sie die junge Zielgruppe am besten auf sich aufmerksam machen und welche kosmetischen Massnahmen Sie ergreifen können, stellen wir Ihnen im Dossier ab Seite 26 vor.



Viel Freude beim Schmökern in unserer neuen Ausgabe!



Ihre

Jaqueline Kramer

Jaqueline Kramer

Editor-in-Chief BEAUTY FORUM Ed. Swiss



INHALT

MÄRZ 2024

SKIN & BODYCARE CLASSICS

Pflege

- 6 Selbstbewusst, stark, sexy!**
Kosmetik für mehr Selbstbewusstsein
- 12 Clean it, Baby!**
Hautreinigung für jeden Hauttyp
- 16 News**
- 18 Was würden Sie tun?**
Serie

HIGH COMPETENCE

Apparative Kosmetik

- 20 FAQ zur V-NISSG**
Serie, Teil 6

Medical Beauty

- 22 Enzyme und Fermentierung**
Mikrobiome auf der Haut und in der Verdauung

25 News

BUSINESS & COMMUNITY

- 38 Institut des Monats**
Skin-Expert.ch
- 44 Ja, like mich doch!**
- 45 News**

LIFESTYLE & SELFCARE

Personality

- 49 Einfach leben!**
Serie: 4 Fragen an Michel Bronner

Psychologie & Mindset

- 50 Klang hat Kraft**
Benefits des Soundhealings

Ernährung & Fitness

- 52 Fit & Healthy**
Serie, Teil 2

26

DOSSIER

JUNGE HAUT BEHANDELN

So machen Sie Teenies auf sich aufmerksam und behandeln deren Hautprobleme.

- 26 Intro**
Mit den richtigen Treatments die Teenie-Haut in den Griff kriegen
- 28 Selbst-Pflege und Selbst-Bewusstsein**
Teenies mit Kosmetik unterstützen
- 30 3 Apparative Anwendungen**
Acne vulgaris mit Geräten behandeln
- 32 Ran an die Gen Z!**
So machen Sie auf sich aufmerksam
- 35 Natural Good?**
Naturkosmetik als Trend



12

CLEAN IT, BABY!

Hautreinigung für jeden Hauttyp

STYLE & FASHION

54 Lieblingsfarben

Trendprodukte für Frühjahr und Sommer

IN JEDER AUSGABE

3 Editorial

60 Ausbildungen

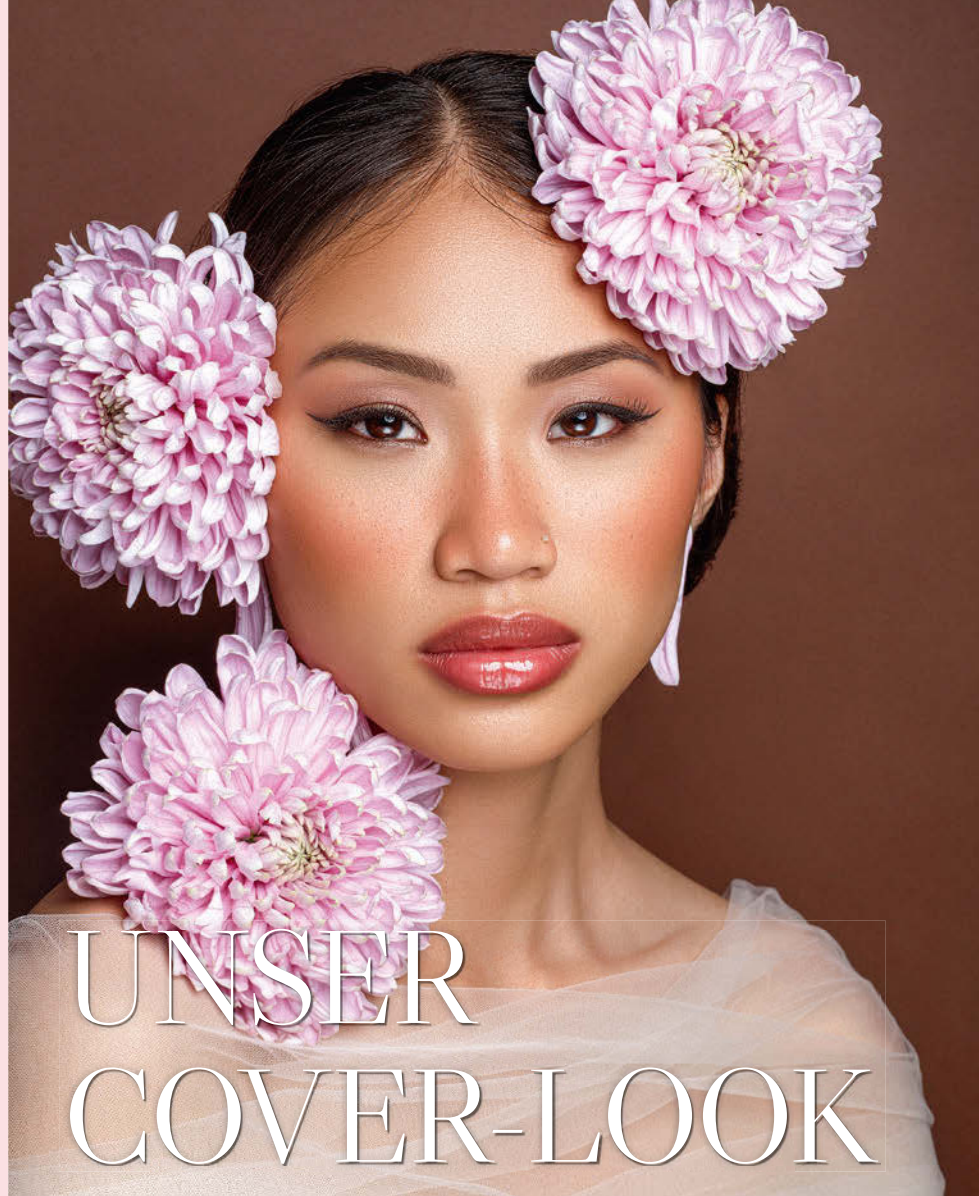
64 Horoskop

65 Impressum, Werbepartner, Vorschau



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

Beilagenhinweis: Diese Ausgabe enthält einen Beileger der Firma Simon Keller AG.



UNSER COVER-LOOK

„EIN ZEITLOSER GLAMOUR-LOOK FÜR EINEN STILVOLLEN AUFTRIIT MIT FRÜHLINGSHAFTEM CHARME!“

Florencia Bustos, Make-up-Artistin

Titelbild + Cover-Look

Fotos: Theresa Sujata Senti/
Sujata Photography

Make-up: Florencia Bustos

Model: Maiyen Tran



54

LIEBLINGSFARBEN

Trendprodukte für Frühjahr und Sommer

SELBSTBEWUSST, *stark,* SEXY!

Wer möchte das nicht gerne sein? Aber funktioniert das allein durch Kosmetik? Gibt es derartige kosmetische Produkte oder Behandlungen? Oder braucht es, um diese Eigenschaften zu verkörpern, nicht doch noch ein klein wenig mehr als nur Kosmetik?





Verschiedene kosmetische Massnahmen führen zu strahlender Haut und damit zu Selbstvertrauen und Selbstbewusstsein: von Hautpflege

Sicher liegt die Antwort auf diese eher rhetorischen Fragen auf der Hand. Natürlich braucht es mehr als „nur“ Kosmetik, um Selbstbewusstsein und Stärke auszustrahlen. Und sicher wird es eine Mischung aus kosmetischer Pflege und charakterlichen Eigenschaften sein, die letztlich zu dieser gewünschten Wirkung führen können.

In der heutigen Gesellschaft spielt das äussere Erscheinungsbild eine bedeutende Rolle für das Selbstvertrauen und das allgemeine Wohlbefinden. Kosmetik geht dabei über das rein Äusserliche hinaus. Kosmetik kann ein mächtiges Werkzeug sein, um Selbstliebe, Selbstbewusstsein, Stärke und sogar eine Prise Sex-Appeal zu fördern. Finden wir also Antworten auf die Frage, wie wir durch die richtige Anwendung von Kosmetik nicht nur äusserliche Schönheit, sondern auch innere Stärke und Selbstsicherheit unterstützen können. Wenn „Ganzheitskosmetik“

nicht nur ein Schlagwort sein soll, so gehören diese Dinge unbedingt zusammen.

Schauen wir uns aber erst einmal an, was die oft verwendeten Begriffe „Stärke“ und „Selbstbewusstsein“ eigentlich genau bedeuten.

WAS IST STÄRKE UND WAS IST SELBSTBEWUSSTSEIN UND WAS IST SEXY?

Stärke und Selbstbewusstsein, diese beiden Eigenschaften sind eng miteinander verbunden. Persönliches Wachstum und die Bewältigung von Herausforderungen werden durch genau diese Eigenschaften gefördert. Am besten gelingt dies, wenn das Bewusstsein besteht, etwas zu wissen, etwas zu können, Fachkompetenzen zu haben, ohne sich dabei selbst zu überschätzen. Dazu sind dem Zeitgeist entsprechende und zur Persönlichkeit passende Outfits hilfreich.

- Besitzt ein Individuum die Fähigkeit, Herausforderungen trotz Widerständen positiv zu begegnen

und die Herausforderungen zu bewältigen, zu überwinden und schwierige Situationen erfolgreich zu meistern, so kann man das sicher als **Stärke** definieren. Diese Stärke kann auf verschiedenen Ebenen existieren und sich in Form von körperlicher, geistiger, sozialer und emotionaler Stärke zeigen und mit Durchhaltekraft und Widerstandsfähigkeit einhergehen.

- Ist ein Mensch von seinen eigenen Fähigkeiten, seinen Wertvorstellungen und seiner Identität überzeugt, so empfindet seine Umwelt dies als **Selbstbewusstsein**. Wobei ein durchaus realistisches Verhältnis zwischen eigenen Schwächen und Stärken besteht. Selbstbewusste Menschen sind in der Lage, Entscheidungen zu treffen, und übernehmen Verantwortung. Sie agieren authentisch in zwischenmenschlichen Beziehungen, weil sie sich in ihrer Haut wohlfühlen.
- Der Begriff „**sexy**“ ist eher subjektiv zu betrachten und kann abhän-



über Make-up und Entspannung bis hin zu gesunder Ernährung.

gig von individuellen Vorlieben und vor allem von kulturellen Kontexten unterschiedliche Bedeutungen haben. So beschreibt das Prädikat „sexy“ oft – aber durchaus nicht immer – eine Kombination von körperlicher Attraktivität, Charisma und/oder anderen Eigenschaften. Was oft, aber eben nicht immer, bedeutet, dass die Ausstrahlung über rein physische Merkmale hinausgeht und den gesamten persönlichen Stil umfassen kann.

SCHLÜSSELMERKMALE VON STARKEN UND SELBST-BEWUSSTEN PERSÖNLICHKEITEN

Zu beachten und leicht zu erkennen ist einerseits, dass sich diese Eigenschaften jeweils wechselseitig stärken und das Fundament für starke selbstbewusste Persönlichkeiten bilden. Diese Begriffe sind sehr individuell von Mensch zu Mensch verschieden interpretierbar.

- **Selbstreflexion:** Um bei allem Selbstbewusstsein sich nicht selbst zu überschätzen, ist es hilfreich, ab und zu sich selbst zu reflektieren. Die Bereitschaft, über sich selbst nachzudenken und eigene Handlungen zu hinterfragen, kann zu ständiger Weiterentwicklung führen. Es gilt, aus Erfahrungen zu lernen.
- **Selbstakzeptanz:** Die Fähigkeit, sich selbst anzunehmen inklusive seiner Fehler und Schwächen, ist ein weiterer wichtiger Punkt. Eigene Stärken zu erkennen, aber auch Fehler und Schwächen realistisch einzuschätzen und sich damit selbst annehmen zu können. An sich zu arbeiten,



Schweizer Qualität,
 Tradition und Innovation
 für eine strahlend schöne
 und gesunde Haut

- Hochwertige Produkte
- Umfassendes Sortiment
- 90 Jahre Tradition und Erfahrung
- Eigene Produktion in der Schweiz



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

6 kosmetische Massnahmen

1. **Selbstvertrauen durch Pflege:** Die tägliche Hautpflegeroutine kann nicht nur das Hautbild verbessern, sondern auch Ritual zur Selbstliebe sein und somit das Selbstvertrauen stärken.
2. **Selbstbewusstsein mit Make-up:** Typgerechtes Make-up kann einen psychologischen Effekt auf das Selbstbewusstsein haben und ist zudem kreativer Ausdruck der eigenen Persönlichkeit.
3. **Stärke durch Selbstpflege:** Für psychische und emotionale Stabilität ist Selbstpflege wichtig. Wellness und Entspannung sind integrale Bestandteile der Kosmetik.
4. **Sinnlichkeit:** Kosmetik fördert das Gefühl von Sinnlichkeit. Sex-Appeal wird durch Düfte und Aromen gesteigert.
5. **Schönheit von innen und aussen:** Im Sinne wirklicher Ganzheitskosmetik gehören die Aspekte strahlende Haut und gesunde Ernährung zusammen. Ein gesunder Lebensstil unterstützt die Wirksamkeit von Kosmetik.
6. **Selbstakzeptanz und Individualität:** Die eigene natürliche Schönheit betonen, individuelle Merkmale und Charakterzüge unterstreichen.

aber dennoch nicht jedem Trend hinterherzulaufen, ist eine sehr wichtige Fähigkeit in diesem Zusammenhang.

- **Selbstvertrauen:** Die vorgenannten Eigenschaften führen – fast zwangsläufig – zu dem erforderlichen Selbstvertrauen. Denn bei aller Fehlerreflexion ist es wichtig, ein positives Selbstbild mit Vertrauen in eigene Fähigkeiten zu entwickeln. Nur so entsteht die Bereitschaft, neue Herausforderungen anzunehmen und dazu ggf. auch mal – möglichst überschaubare – Risiken einzugehen. Klare Zielstellungen, auf die entschlossen hinarbeiten ist, helfen, auch in schwierigen Zeiten Standhaftigkeit zu wahren und Hindernisse zu überwinden.
- **Gelassenheit:** Dinge zu akzeptieren, die nicht kontrollierbar sind, und sich stattdessen auf das zu konzentrieren, was beeinflusst werden kann. Wichtig ist, in stressigen Situationen ruhig zu bleiben und Ruhe zu bewahren.
- **Unabhängigkeit:** Bedeutet, insbesondere wenn es um persönliche Überzeugungen geht, Entscheidungen eigen-, selbstständig- und unabhängig von der Meinung anderer Menschen zu treffen.

- **Empathie:** Die Fähigkeit, mitfühlend zu sein, ohne eigene Grenzen zu vernachlässigen. Das bedeutet, Bewusstsein auch für eigene Bedürfnisse und die Fähigkeit, wenn nötig, um Hilfe zu bitten, zu entwickeln. Dabei für Gefühle und Bedürfnisse anderer Menschen Verständnis zu haben.
- **Selbstbestimmung:** Verantwortung für das eigene Leben zu übernehmen und Entscheidungen zu treffen, um seine eigene Zukunft aktiv zu beeinflussen.
- **Klare Kommunikation:** Sie bedeutet, eigene Gefühle und Gedanken respektvoll, aber klar auszudrücken.
- **Entschlossenheit:** Zeigt sich in der Fähigkeit klarer Zielsetzungen und dem Willen, die gesteckten Ziele zu erreichen.
- Last, but not least: Eines der wichtigsten Merkmale ist **Authentizität**. Das Vertrauen, das man auch durch Authentizität und Echtheit und Stärke zeigt.

KOSMETIK FÜR MEHR SELBST-VERTRAUEN, SELBSTBEWUSSTSEIN, STÄRKE UND SEX-APPEAL

Wir alle wissen, dass das Erscheinungsbild in der heutigen Zeit eine bedeutende Rolle – auch für Selbst-

vertrauen und allgemeines Wohlbefinden – spielt.

Mit Oberflächlichkeit hat das nicht allzu viel zu tun. Und die Bedeutung liegt auch nicht in der Formulierung „in der heutigen Zeit“, denn das war vermutlich schon immer so. Menschen werden, zumindest in erster Instanz, auch nach ihrem Äusseren beurteilt. Man empfindet ein gepflegtes Erscheinungsbild und einen der Situation angemessenen Bekleidungsstil auch als eine Respektfrage. Kosmetik geht dabei über das rein Äusserliche hinaus. Kosmetik kann all die genannten und wünschenswerten Eigenschaften fördern.

Denn die richtige Anwendung von Kosmetik betont nicht nur äusserliche Schönheit, sondern kann auch innere Stärke und Selbstsicherheit unterstützen. Zur Erinnerung: sich wohl in seiner Haut fühlen.

FAZIT

Kosmetik kann über das blosses Streben nach Schönheit weit hinausgehen. Richtig angewendet, kann sie zu einem Instrument der Selbstliebe, des Selbstbewusstseins, der Stärke und der Sinnlichkeit werden. Betrachten wir Kosmetik als einen Teil unserer Selbstpflege-Routine, so können wir äusserlich strahlen und innerlich stark und selbstbewusst sein oder es werden. Es gilt, uns selbst zu entdecken und zu stärken und das Leben zu feiern.



Waltraud Böhme

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

EPILFREE®

SO EINFACH | SO WIRKSAM



**TATTOO
SICHER**



**ALLE
HAUTTYPEN**



**ALLE
HAARTYPEN**



**100%
SCHMERZFREI**



**NATÜRLICHE
INHALTSSTOFFE**

**DAUERHAFT HAARFREI
OHNE GERÄT - KEIN NiSV**

Jetzt mit **EPILFREE!**



Steigern Sie Ihre Umsätze und informieren Sie sich jetzt:

 mb-skinrevolution.eu  info@mb-skinrevolution.eu  +43 62 45 / 23 101

COSMOPROF BOLOGNA

21. - 24. 3. 2024

Halle 30 / Stand E/56 - F/55

CLEAN IT, BABY!

Es gibt noch immer viele Mythen um die Hautreinigung: Manch eine Kundin glaubt, Wasser sei ausreichend, eine andere schwört auf ein Reinigungsprodukt, das nicht ihrem Hauttyp entspricht. Hier sind Sie als Hautpflegeprofis gefragt! Investieren Sie die Zeit im Kundengespräch, um die Hautreinigungsroutine mit Ihrer Kundschaft zu analysieren und anzupassen. Denn eine gute Reinigung ist der erste Schritt in der Hautpflege.

Gastautorin Sarah Branger gibt Ihnen Tipps an die Hand.

Die Haut ist das grösste Organ unseres Körpers und spielt eine entscheidende Rolle bei der Aufrechterhaltung unserer Gesundheit. Eine regelmässige und gründliche Reinigung

der Haut ist unerlässlich, um sie vor schädlichen Umwelteinflüssen, Bakterien und anderen Verunreinigungen zu schützen. Im Folgenden widmen wir uns der Hautreinigung und beleuchten die Methoden für eine

effektive Reinigung im Hinblick auf die verschiedenen Hauttypen. Warum ist Hautreinigung wichtig? Unsere Haut ist täglich zahlreichen Belastungen ausgesetzt, sei es durch Umweltverschmutzung, Schweiß,

Teil 2: Peelings
für jeden
Hauttyp in einer
der kommenden
Ausgaben



FOTO: POPCORNER/SHUTTERSTOCK.COM

Talgproduktion oder Make-up. Eine unzureichende Reinigung kann zu verstopften Poren, Hautirritationen, Akne und vorzeitigem Altern führen. Durch die Befreiung der Haut von Schmutz und Ablagerungen kann die Haut besser atmen und ihre natürliche Schutzbarriere erhalten. Zusätzlich können die Pflegeprodukte besser aufgenommen und deren Wirkung intensiviert werden.

REICHT WASSER FÜR DIE REINIGUNG DER HAUT?

Viele Menschen denken, dass sie ihre Haut alleine mit Wasser reinigen können. Dies stimmt jedoch nicht – hier ist Ihre Beratungskompetenz als Skincare-Profi gefragt. Ich erkläre dies meinen Kundinnen und Kunden gerne mit einem Beispiel: Stellen Sie sich eine Bratpfanne vor, in der Sie gekocht haben. Auch wenn Sie beim Spülen mit Wasser einen Teil des Schmutzes entfernen können, wird

immer ein öliger Film auf der Pfanne zurückbleiben. Genauso steht es um die Haut. Um den Fettteil (den Talg der Haut) zu entfernen, braucht es zwingend ein Reinigungsprodukt oder ein spezielles Reinigungspad.

DIE RICHTIGE METHODE ZUR HAUTREINIGUNG

In der heutigen Zeit gibt es eine riesige Auswahl an Reinigungsprodukten. Wichtig ist, dass Sie den Hauttyp Ihrer Kundinnen und Kunden bei der Auswahl eines Reinigungsprodukts berücksichtigen. Jede Haut hat andere Bedürfnisse, und diese können sich im Verlauf der Jahreszeit und den Lebensjahren ändern. Hier empfehle ich, dass Sie mit Ihren Kundinnen und Kunden eine professionelle Hautanalyse durchführen. Somit wird nicht nur die Oberfläche der Haut begutachtet, sondern auch ein Blick in die Tiefe geworfen. Dieser Schritt stellt die Basis für das weitere

Vorgehen dar. Denn während trockene Haut einen milden, feuchtigkeitsspendenden Reiniger benötigt, sollten bei fettiger Haut Produkte mit klärenden Eigenschaften bevorzugt werden.

WARUM EIN TONIC VERWENDEN?

Das Tonic oder der Toner nimmt Überreste mit und hilft, mit seinen Wirkstoffen die Haut perfekt für die Pflege vorzubereiten. Da wir das Reinigungsprodukt mit Wasser entfernen, ist es umso wichtiger, den pH-Wert der Haut wieder mit dem Tonic herzustellen. Da Wasser einen anderen pH-Wert hat als unsere Haut, hilft uns hier das Tonic, ihn wieder auszugleichen. Je nach Wirkstoffen des Tonics kann es zusätzlich befeuchtend oder entfettend wirken. Ich finde es an dieser Stelle wichtig, Produkte ohne Alkohol zu verwenden, da Alkohol sehr austrocknend ist.

ANZEIGE



[comfort zone]
conscious skin science

ACTIVE PURENESS
Pure Skin – pures Lebensgefühl

jean-pierre **rosselet**
C O S M E T I C S

Hochbordstrasse 9
8600 Dübendorf

Interessieren Sie sich für
COMFORT ZONE?

Erfahren Sie mehr: telefonisch unter
044 389 87 87 oder per
E-Mail an info@jp-rosselet.ch



WIE OFT REINIGEN?

Über Nacht arbeitet die Haut wie ein kleines Kraftwerk: Zellen regenerieren sich, Dreck und Gifte werden aus den Poren an die Hautoberfläche befördert, und natürlich sondert die Haut auch Talg ab, während wir schlafen. Das Ganze liegt dann morgens als Film auf der Haut. Daher sollte die Haut am Morgen unbedingt gereinigt werden. Am Abend ist es genauso wichtig, denn im Verlauf des Tages sammeln sich zusätzlich Schmutz, Make-up und Umweltverschmutzungen auf der Haut an. Somit ist eine morgendliche und abendliche Reinigung nicht wegzudenken.

MEINE TIPPS FÜR IHRE KUNDINNEN UND KUNDEN

Lauwarmes Wasser verwenden:

Heisses Wasser kann die Haut austrocknen, während kaltes Wasser die Poren nicht ausreichend öffnet. Lauwarmes Wasser ist ideal, um die Haut schonend zu reinigen.

Sanfte Reinigungstechniken: Ein Mikrofaserpad hilft, die Haut sanft und gründlich von Schmutz zu befreien, ohne sie zu strapazieren. Die feinen Fasern des Mikrofaserpads bieten zusätzlich die „Anziehungskraft“ der Mikrofasern, die Schmutz und Talg gründlich entfernen.

Hygiene beachten: Erinnern Sie Ihre Kundinnen und Kunden daran, bei jeder Reinigung frische Reinigungspads oder Frottewäsche zu nutzen, um Bakterien entgegenzuwirken. Die Handtücher sollten bei 60°C gewaschen werden.

Auf den pH-Wert achten: Empfehlen Sie Ihren Kundinnen und Kunden, Reinigungsprodukte zu verwenden, die den natürlichen pH-Wert der Haut respektieren. Denn ein ausgeglichener pH-Wert unterstützt die



Eine gründliche Hautreinigung braucht mehr als Wasser, damit auch öllösliche Ablagerungen entfernt werden können.

Hautbarriere und schützt vor Irritationen.

HAUTREINIGUNG FÜR VERSCHIEDENE HAUTTYPEN

Trockene Haut: Milde Reiniger mit feuchtigkeitsspendenden Inhaltsstoffen verwenden. Eine Milch oder ein Öl bietet die Vorteile der leichten Rückfettung. Alkoholhaltige Produkte bitte vermeiden.

Fettige Haut: Reiniger mit salizylsäurehaltigen Inhaltsstoffen helfen, um überschüssigen Talg zu kontrollieren. Hier eignen sich vor allem Gels oder Schäume, die entfettende Eigenschaften aufweisen.

Mischhaut: Reinigungsprodukte, welche die Bedürfnisse von unterschiedlichen Hautpartien ausgleichen, sind am besten geeignet. Hier empfehle ich, mit einer sanften Schaumreinigung zu arbeiten.

FAZIT

Eine konsequente und angepasste Hautreinigung ist ein wesentlicher Bestandteil jeder Hautpflegeroutine und bildet die Basis für den Aufbau der Hautpflege.

Beraten Sie Ihre Kundinnen und Kunden deshalb gut zu diesem Thema. Durch die richtige Reinigung können Hautprobleme vermieden und ein strahlendes, gesundes Hautbild gefördert werden. Betonen Sie, dass die Reinigung der erste Schritt der Hautpflege ist, und wählen Sie passende Produkte für Ihre Kundinnen und Kunden aus.

Der Lebensstil, aber auch genetische Faktoren können die Haut stark beeinflussen. Uns ist es in der heutigen Zeit möglich, die verschiedenen Bedürfnisse zu decken und die Haut da zu unterstützen, wo sie Hilfe braucht.

Welches Produkt für welchen Hauttyp?

- **Reinigungsmilch:** Trockene Haut, sensible Haut
- **Reinigungsöl:** Sehr trockene Haut, sensible Haut
- **Reinigungsschaum:** Ein Alleskönner – ideal für eine Mischhaut
- **Reinigungsgel:** Fettige und grossporige Haut



Sarah Branger

Die Autorin ist Kosmetikerin EFZ, Prüfungsexpertin sowie Inhaberin und Geschäftsführerin des Kosmetik-instituts Focus Beauty by Sarah Branger in Aarburg.

Ihr Kosmetikstudio hat das Zeug zum Institut des Monats?

Dann bewerben Sie sich!

**WE
WANT
YOU!**



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

BEAUTY FORUM

SCHÖNMACHER ...



1 DR. BELTER Ob Ostern, Vater- oder Muttertag: Um den Liebsten eine Freude zu machen, gibt es zehn Produkte in einem festlichen Überschuber. Teil der Verkaufsaktion sind das „Meersalz & Rohrzucker Peeling“, die „Bio-Satin Body Lotion“, das „Vitamin-Pflegeöl“, das „Dusch- & Badeöl“, die „Perfect Recovery Body Cream“, das „Quickstart Gel Wash“, das „Sun Protection Sonnenschutz-Fluid SPF 20 / 30 / 50+“ sowie das „After Sun Advanced Body Treatment“. Tel. +49 (0) 531 34 44 78, www.dr-belter.de

2 SKINVISIBLES „Purifist“ ist ein erfrischendes Spray, das filtrierte und ionisierte Wasser enthält. Der hohe pH-Wert und die niedrige Basizität unterstützen das Mikrobiom. Es soll helfen, die Poren und das Hautbild zu verfeinern, Unreinheiten zu entfernen und die Haut gesund strahlend aussehen zu lassen. Tel. 044 986 20 40, www.musculus.ch

3 JEAN D'ARCEL Das „Energize – Revitalizing Treatment“ enthält eine 8-tägige Ampullenkur mit feuchtigkeitsspendenden und reparierenden Wirkstoffe enthält. Der Caviarextrakt soll laut Hersteller fahler Haut mehr Vitalität verleihen. Tel. 044 771 14 14, www.jeandarccl.ch

4 BRASA Die sanften Mikrofaserpads wirken wie ein Magnet und helfen, Schmutz, Talg und Make-up bei der Hautreinigung zu entfernen. Die Pads sind wiederverwendbar, langlebig und schonend zur Haut. www.brasa-shop.ch

...VON KOPF BIS FUSS

5



6



7



8



9



5 AROSHA Die „Boost Line Silhouette Pants“ sind Leggings mit Wirkstoffen. Sie enthalten Phosphatidylcholine, Koffein, L-Carnitin und Kollagenase, die Cellulite mindern, den Stoffwechsel der Fettsäuren ankurbeln und die Grösse der Adipozyten reduzieren sollen. Tel. 034 420 08 00, www.simonkeller.ch **6 IRÄYE** „The Shaping Body Cream“ aktiviert mithilfe des zum Patent angemeldeten „Lymph-active™“-Komplexes das Lymphsystem und verspricht die Haut zu straffen. www.irayeskincare.com **7 MASTER LIN** Die „Supreme Eye Cream“ verspricht der Hautalterung an der Augenpartie entgegenzuwirken. Natürliche Extrakte aus der Jasminblüte und dem Reishi-Pilz sollen liften, Schatten reduzieren und Mimikfalten mindern. Tel. 044 389 87 87, www.jp-rosselet.ch **8 REVIDERM** Die zwei limitierten „Golden Hour“-Produktsets schützen und pflegen die Haut im Sommer. „moist & age control“ enthält „sun protect+ SPF 50“ sowie das „beach serum“, während das Set „sun care & after sun“ das „solar skin shield SPF 30“ und die „after solar repair“ Emulsion vereint. +49 8 104 88 73-0, www.reviderm.com/ch **9 THE BEAUTY OF CARING** Der „Soothing Cleanser“ ist ein Anti-Aging Gesichtsreiniger in Gelform, der sich auf der Haut in eine Milchtextur verwandelt. Die Wirkstoffkombination aus Mango-, Cashew- und Bananenfruchtexttrakten ist reich an Alpha-Hydroxysäuren und Kohlenhydraten, wodurch die Haut gepeelt wird. Das Erscheinungsbild der Haut soll geglättet und geschmeidiger wirken. Tel. 044 772 22 76, www.l-adresse.ch

Ratgeber

ALLTAGSPROBLEME TEIL 37

WAS WÜRDEN SIE TUN?

„Eine Kundin rief mich wütend nach der Behandlung an, da sie einen Ausschlag bekommen hat. Ich habe vorher alles abgefragt und bin mir keiner Schuld bewusst. Der Vorwurf war aber so heftig, dass ich nicht souverän reagiert habe. Was würden Sie in dieser Situation tun?“

Chiara S. Kosmetikerin aus Bern

Wer kennt das nicht – schon jeder und jede von uns hat erlebt, dass eine Kundin auf ein Produkt oder eine Behandlung reagiert hat. Beim ersten Mal habe ich mir extreme Vorwürfe gemacht und konnte kaum noch schlafen vor lauter „Herausfindenwollen“, was den Ausschlag wohl ausgelöst haben könnte. Inzwischen weiss ich in einer solchen Situation genau, wie ich vorzugehen habe. Ein solcher „Notfallplan“, den man sich am besten in einer ruhigen Verfassung ausarbeitet, könnte wie folgt aussehen:

VERSTÄNDNIS ZEIGEN UND ENTSCHULDIGEN

Nach dem ersten „Abhören“ der Situation und Vorwürfe (Kundin ausreden lassen und nicht sofort in die Offensive/Verteidigung gehen) der Kundin unser Mitgefühl aussprechen. Es ist wichtig, dass sich die Kundin verstanden und (noch wichtiger) ernst genommen fühlt. Die fürsorgliche Anteilnahme ist keine Schuldbekennung, aber wird als Entschuldigung empfunden und wirkt somit besänftigend und beruhigend. Sie könnten zum Beispiel sagen: „Es tut mir sehr leid, dass Ihre Haut so reagiert hat.“ Ausserdem ist es essenziell, dass Sie Ihre Kundinnen beruhigen und zeigen, dass Sie nicht machtlos sind. Versichern

DIE EXPERTIN



CLAUDIA CAVIGLIA

Mit Rat und Tat zur Seite steht in diesem Monat Claudia Caviglia. Sie ist Kosmetikerin und Geschäftsführerin von Glamorize by Claudia Caviglia in Kriens.
www.claudiacaviglia.com

Sie, dass Sie alles tun, damit es der Haut der Kundin so rasch wie möglich wieder blendend geht.

SOFORTHILFE ABCHECKEN

Anhand von Fotos oder sofortigem raschen Vorbeikommen kann entschieden werden, ob Soforthilfe notwendig ist. Folgendes muss abgewogen werden: Muss oder sollte die Kundin einen Arzt aufsuchen? Oder reicht es, in einer Apotheke vorbeizugehen? Wurde bei einem Verdacht auf eine allergische Reaktion bereits ein Antiallergikum eingenommen?

DAS WEITERE VORGEHEN

Wenn in gegenseitiger Absprache entschieden wird, dass ein Arzt- oder Apothekenbesuch nicht notwendig ist, können Sie kühlende Sprays, beruhigende Masken oder heilende Cremes gegen Ausschlag oder Pickelchen für zu Hause gratis mitgeben. Erklären Sie der Kundin genau, wie die Produkte anzuwenden sind. Nun können Sie gemeinsam einen Regieplan für die nächsten Tage festlegen.

- Falls es bis Tag X nicht besser wird, dann ...
- Die Kundin anweisen, sich im Bedarfsfall sofort zu melden.
- Verabschieden und nochmals ausdrücken, dass es Ihnen leidtut und nun alles bald wieder in Ordnung ist.
- Nach ein paar Tagen nachfragen, wie es geht, und weiter unterstützen, falls nötig.
- Eventuell ein Geschenk bei der nächsten Behandlung zum Trost mitgeben.

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!

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!

Serie
TEIL 6: GERÄTE

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.



1 NOCH IMMER IST VIELEN KOSMETIKERINNEN NICHT GANZ KLAR, WELCHE GERÄTE UNTER DAS GESETZ DER V-NISSG FALLEN.

Ja, das kann ich gut nachvollziehen. Selbst die Hersteller oder Inverkehrbringer solcher Geräte wissen es oft nicht. Verwirrend kommt dazu, dass die Bestimmungen für Geräte, zu deren Anwendung man einen Sachkundenachweis benötigt, in Deutschland (NisV) und in der Schweiz (NISSG) nicht gleich sind.

In der Schweiz gibt es keine NIS- oder Schall-Grenzwerte für Geräte, bei deren Einhaltung die beruflichen oder gewerblichen Behandlungen ohne Sachkundenachweise möglich wären. So fällt beispielsweise ein Laser der Klasse 1 in Deutschland nicht unter das Strahlenschutzgesetz, in der Schweiz aber schon.

2 GIBT ES EINE LISTE, AUF DER MAN NACHSEHEN KÖNNTE, WELCHE GERÄTE BETROFFEN SIND?

Nein, eine abschliessende Liste gibt es nicht und kann es auch nicht geben, da immer neue Apparate und Technologien auf den Markt kommen. Am ehesten hilft da das Faktenblatt des BAG, welches man auf deren Webseite herunterladen kann.

3 FÄLLT MEIN KLEINER ULTRASCHALLSTAB UNTER DIE V-NISSG?

Ja, Behandlungen mit Geräten, die Substanzen zu kosmetischen Zwecken zum Beispiel mit Ultraschall in die Haut einschleusen, fallen unter die geltende Regelung, sofern sie für Behandlungen der NISSG nach Punkt 2.1.1* verwendet wer-

den. Da es bei uns, wie anfangs erwähnt, keine Grenzwerte gibt, fallen also alle Ultraschallgeräte unter die Regelung.

4 ... UND EIN DIODENLASER MIT DREI ODER VIER WELLENLÄNGEN?

Die sind ein Sonderfall. Langgepulste Nd:YAG-Laser fallen seit dem 1. Juni 2019 unter Arztaufsicht.

Auch wenn sie sich gut für die Haarentfernung eignen würden, sind sie für Kosmetikerinnen in der Anwendung verboten – auch mit einem Sachkundenachweis.

Langgepulste Diodenlaser mit drei oder vier Wellenlängen mit gleichen oder ähnlichen Eigenschaften wie langgepulste Nd:YAG-Laser fallen hingegen nicht unter das im Moment geltende

Verbot, obwohl sie das gleiche Gefährdungspotenzial aufweisen. Das BAG rät Personen mit Sachkundenachweis deshalb, auf den Kauf von langgepulsten Diodenlasern mit Wellenlängen im Bereich um 1064 nm zu verzichten. Grund dazu sind mögliche Gefährdungen der Kundschaft als auch mögliche Änderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen.

5 WELCHES BKF MODUL BRAUCHE ICH FÜR DIE HAARENTFERNUNG MIT LED-TECHNOLOGIE?

Wer ein LED-Gerät für die dauerhafte Haarentfernung besitzt, sollte unbedingt wissen, dass für die Verwendung ab 1. Juni 2024 das BKF Modul Haarentfernung mit IPL abgeschlossen werden muss. Dies, weil LED-Licht, wie eine Blitzlampe, hochenergetisch gepulstes inkohärentes Licht ausstrahlt. Leider wissen das oft auch die Verkäufer nicht und sprechen bei solchen

Geräten von Lasern. Darum ist es wichtig zu wissen: Ein Gerät mit LED-Technologie ist KEIN Laser.

plizit erwähnt wird, bezweckt im eigentlichen Sinne eine Faltenbehandlung.

*siehe Faktenblatt des BAG

„In der Schweiz gibt es keine NIS- oder Schall-Grenzwerte für Geräte, bei deren Einhaltung die beruflichen oder gewerblichen Behandlungen ohne Sachkundenachweise möglich wären.“

6 FÄLLT DIE HAUTSTRAFFUNG UNTER DIE V-NISSG?

Ja, alle unter dem Gesetz stehenden Geräte, die berufliche oder gewerbliche Behandlungen der NISSG nach Punkt 2.1.1* bezwecken, aber mit anderen Begriffen angesprochen werden, fallen unter die geltende Regelung. Denn eine „Hautstraffung“, die in der V-NISSG nicht ex-



René Schätti

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

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

ENZYME UND FERMENTIERUNG

Enzyme spielen eine zentrale Rolle in unserem Leben – nicht nur innerhalb unseres Körpers, sondern auch auf der Hautoberfläche und in der Ernährung. Bakterien- und Pilzkulturen mit ihren Enzymen werden schon seit Urzeiten zur Nahrungsmittelfermentation genutzt.

Kann die Hautpflege davon profitieren?

Sauerteig und daraus resultierende Backwaren gelten als besonders gut bekömmlich. Mehr noch, sie zeichnen sich durch wenig Backhilfsmittel aus, die in der industriellen Brotherstellung gang und gäbe sind. Mit anderen Worten: Der Sauerteig entspricht dem heutigen Trend zu weniger Chemie

und mehr Natur. Der Clou: Bis auf das Mehl ist er kostenlos zu haben. Die Helfer warten gewissermassen überall darauf, ihre Arbeit zu verrichten. Nur ein wenig Geduld gehört dazu.

MILCHSÄUREBAKTERIEN

Die Rede ist von einer Arbeitsgemeinschaft, bestehend aus Milchsäure-

bakterien und Hefen, die sich beim Stehenlassen von Mehl-Wasser-Mischungen von selbst efinden und mit ihren Enzymen verschiedene Mehlbestandteile abbauen. Dabei entstehen unter anderem Milchsäure, Essigsäure, Proteine, Alkohol und Kohlendioxid und letztendlich spätestens beim Backen auch Aroma-



FOTO: DESIGN_BELLS/SHUTTERSTOCK.COM

stoffe. Durch die „Pflege“ der Starterkulturen lassen sich die Ergebnisse immer weiter optimieren.

Die enzymatischen, als Fermentation bezeichneten Prozesse, erzeugen eine pH-Absenkung und machen Lebensmittel unattraktiv für andere Mikroorganismen und damit länger haltbar. Sie lassen sich mit unterschiedlichen Bakterien- und Hefekulturen auf viele andere Lebensmittel übertragen, und so entstehen schmackhafte Obst- und Gemüsesäfte, Milchprodukte wie Joghurt und Kefir. Klassiker sind Sauerkraut, Apfel- und Weinessig – und nicht zu vergessen das Bier und die Veredelung von Traubensäften zu Wein.

ENERGIEARME KÜCHE

Aus technischer Sicht sind Fermentationen attraktiv, da sie wenig oder gar keine Energie benötigen. Darüber hinaus ist der Aufwand an Geräten minimal, sodass Fermentationen in ihrer Vielfalt ohne Weiteres in der Hobbyküche betrieben werden kön-

nen. Kimchi, Kombucha, Kōji, Natto, Salgam und Kwas lassen grüssen.

Enzyme arbeiten wie die Katalysatoren in der Chemie. Bevor chemische Reaktionen ins Laufen kommen, muss erst einmal eine gewisse Startenergie zur Verfügung gestellt werden. Mit Katalysatoren wird diese

nismen sind bis heute nur dadurch lebensfähig, dass sie wiederum auf die Kleinarbeit der Mikroorganismen und ihrer Enzyme zurückgreifen. Das gilt auch für die Menschen. Ohne die Mikrobiome in der Verdauung und auf der Haut geht gar nichts. Darüber hinaus deuten Organisationseinhei-

„OHNE DIE MIKROBIOME IN DER VERDAUUNG UND AUF DER HAUT GEHT GAR NICHTS.“

Aktivierungsenergie erheblich gesenkt, und genauso verhält es sich mit den Biokatalysatoren.

Bestehend aus Peptiden, die sich durch die Verknüpfung von Aminosäuren bilden, sind sie vermutlich die Vorläufer des Lebens in der Evolution gewesen. Nach der Einverleibung in die ersten Mikroorganismen arbeiteten die Enzyme gemeinschaftlich Hand in Hand. Spätere grosse Orga-

ten in den grossen Organismen darauf hin, dass sie aus der Einbürgerung früherer Mikroorganismen stammen.

ÜBERZOGENE KÖRPERHYGIENE

Spätestens hier zeigt sich, dass die heutigen Vorstellungen in der Körperhygiene vielfach überzogen und kontraproduktiv sind. Insbesondere das Hautmikrobiom wird ständig attackiert, sei es mit dem täglichen





Duschbad inklusive parentiefter Reinigung mit Tensiden oder mit der vermeintlich guten Hautpflege, die hohe Dosierungen an Konservierungsstoffen, Antioxidantien und Komplexbildnern beinhaltet. Dabei wird das effektive Selbstreinigungsprogramm der Haut völlig ignoriert. In vielen Fällen ermöglicht überhaupt erst das intakte Hautmikrobiom die Resorption von Pflegestoffen, indem es mit seinen Enzymen zum Beispiel grosse Moleküle zerlegt. Das Hautmikrobiom beherrscht durch seine Vielfalt an Mikroorganismen praktisch alle chemischen Reaktionstypen, zu denen Enzyme fähig sind.

SUPERFOOD FÜR DIE HAUTFLORA?

Sogenannte Superfoods enthalten essenzielle Fettsäuren, Vitamine, Spurenelemente, Aminosäuren, Proteine und vieles andere mehr. Ihnen werden unterschwellig besondere Eigenschaften, zum Teil heilende und Anti-Aging-Wirkungen, zugeschrieben – auch im Fall probiotischer Komponenten. Theorie und Wirklichkeit, insbesondere was die Sanierung der Darmflora betrifft, klaffen jedoch häufig auseinander. Nichtsdestotrotz wurde schlussgefolgert, dass dieses Prinzip auch für das Hautmikrobiom hilfreich ist.

Dementsprechend wurden im Hinblick auf die Erfahrungen mit Masken aus Joghurt, Quark und Gurke probiotische Präparate entwickelt, hauptsächlich basierend auf Bakterienkulturen aus Milchsäure – vergleichbar mit den Sauerteigansätzen aus der Tüte. So kommen zum Bei-

spiel bei gestörtem Scheidenmilieu therapiebegleitend Probiotika zum Einsatz, die Milchsäure und Milchsäurebakterien freisetzen sowie den pH-Wert von circa vier stabilisieren. Es wird davon berichtet, dass Defensine stimuliert werden; dabei handelt es sich um epidermale antimikrobielle Peptide (AMP). Ansonsten verfügen probiotische Präparate neben der Anwendung in Masken eher über eine begrenzte Leistung.

PRÄBIOTISCHE KOSMETIKA

Analog den Überlegungen zur ballastreichen Nahrung für den Darm entstanden präbiotische Produkte, deren Aufgabe es ist, die Hautflora zu unterstützen, indem sie der Nahrung für bestimmte Keime dienen. Was sich in der Werbung als fortschrittlich und einfach darstellt, ist in der Praxis jedoch recht kompliziert. Denn der Artenreichtum des Mikrobioms ist immens, und es ist praktisch aussichtslos, die guten von den bösen Organismen zu unterscheiden – abgesehen davon, dass jede Spezies im Netzwerk Aufgaben hat, von denen wir bisher so gut wie keine Kenntnis haben. Das gilt selbst für die fakultativ pathogenen Arten, die immer präsent sind, aber bei einem „gesunden“ Gleichgewicht der Populationen keine Probleme machen.

Präbiotische Komponenten sind in der INCI nicht zu erkennen. Die Information erschöpft sich in der Regel auf dem Etikett mit Hinweisen wie „präbiotisch wirksam“. Nachvollziehbare Belege dafür sind Mangelware. Nicht nur bei Kosmetika, sondern auch bei Medizinprodukten steht die

Zusammensetzung mitunter im Widerspruch zur vorgegebenen Kompatibilität mit dem Mikrobiom.

ENZYSUBSTRATE

Eine gute Arbeitshypothese besteht darin, dass Inhaltsstoffe, die physiologisch mit der Epidermis harmonisieren, sich auch gut mit dem Mikrobiom vertragen. Denn beide, die Epidermis und ihr Mikrobiom, sind seit Urzeiten ein eingespieltes Team. Dementsprechend ist es entscheidend, die wohlbekannten kontraproduktiven Stoffe nicht einzusetzen. Ergänzend eignen sich Enzymsubstrate, bestehend beispielsweise aus natürlichen Triglyceriden oder essenziellen Fettsäuren, besonders gut zur Pflege von Haut und Flora.

FERMENTATION AUF DER HAUT

Zum Schluss noch der Hinweis, dass mit Enzym-Peelings praktisch eine direkte Fermentation der Hautoberfläche stattfindet. Dabei sind Esterasen von Bedeutung, die Fette spalten, und Proteasen, die Peptidbindungen abgestorbener Zellen lösen. Übrigens: Wer einmal Kartoffeln ohne Handschuhe gerieben hat, kann die fermentative Wirkung pflanzlicher Esterasen auch hautnah in der Küche erleben.



Dr. Hans Lautenschläger

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

MEDICAL BEAUTY



1 REVIDERM Zu Ostern gibt es fünf „Cleansing Sets“ für unterschiedliche Hautbedürfnisse: „nourishing“, „gentle“, „purify“, „pore refining“ sowie „AHA cleansing“. Die Sets enthalten je ein Reinigungsprodukt und einen Toner. Gratis dazu gibt's den „2 clean eye“ in 50 ml und ein Reinigungspad. Tel. +49 8 104 88 73-0, www.reviderm.com/ch **2 ROSA GRAF** Unreine Haut soll durch die „Aminta med Mask“ verfeinert werden. Die leichte Creme-Packung hat die Aufgabe, die Haut von Verhornungen, Talg und Schlacken zu befreien. Zu den Hauptwirkstoffen zählen Weizenkleie, Hefe, Bisabolol und Mikrosilber. Tel. 34 420 08 00, www.simonkeller.ch **3 BELICO** Die sechs „Effect – Meso Shots“ sind flüssige Wirkstoffpräparate für die Kabinenanwendung. Sie enthalten unter anderem Peptide und Antioxidantien und lassen sich durch die unterschiedlichen Farben leicht unterscheiden. www.belico.de **4 MESOESTETIC** „genesis“ heisst das multitechnologische Gerät, das vier Technologien vereint: kapazitive und resistive Radiofrequenz, LED und Elektrophoroporation. Der Hersteller verspricht Leistung, Vielseitigkeit und Wirksamkeit in einem kompakten und tragbaren Design. Tel. 041 768 80 80, www.swissestetic.ch **5 DOCTOR BABOR** Das Cleanformance-Sortiment wird um die „Stress Defense Mushroom Cream“ erweitert. Sie enthält einen antioxidativen Komplex, bestehend aus Reishi-, Shiitake-, Chaga- und Ginsengwurzelextrakt. Dieser soll die Haut vor Stressreaktionen schützen, ihr Gleichgewicht bewahren und der Haut Vitalität verleihen. Tel. 055 420 28 20, ch.babor.com

D

DOSSIER

JUNGE HAUT BEHANDELN

In den Teenager-Jahren spielt die Haut oftmals verrückt. Für viele junge Menschen ist das der erste Kontakt mit einer professionellen Kosmetikerin. Wie Sie die junge Kundschaft am besten ansprechen, deren Hautprobleme behandeln und vieles mehr erfahren Sie auf den Folgeseiten!



SELBST-PFLEGE UND SELBST- BEWUSSTSEIN

Die Teenager-Zeit ist eine Zeit des Wandels, in der Jugendliche nicht nur körperlich, sondern auch emotional heranwachsen. Während dieser Phase spielen Selbstwertgefühl und Selbstbewusstsein eine entscheidende Rolle in der persönlichen Entwicklung. Behandlungen bei der Kosmetikerin können für Teenager dabei eine positive und unterstützende Rolle spielen.

Um das Selbstvertrauen aufzubauen, ist es wichtig, dass sich Jugendliche in ihrer eigenen Haut wohlfühlen. In den sozialen Netzwerken

wird vermehrt geteilt, welche Tipps und Tricks gegen Pickel helfen. Teenager teilen ihre Erfahrungen, und vor allem passiert eins: Hautprobleme werden gezeigt und normalisiert. Das

ist auch richtig so. Keiner sollte sich verstecken, besonders weil die Hautveränderungen für viele Jugendliche ein ganz natürlicher Bestandteil der Pubertät sind. Diese Zeit bringt oft

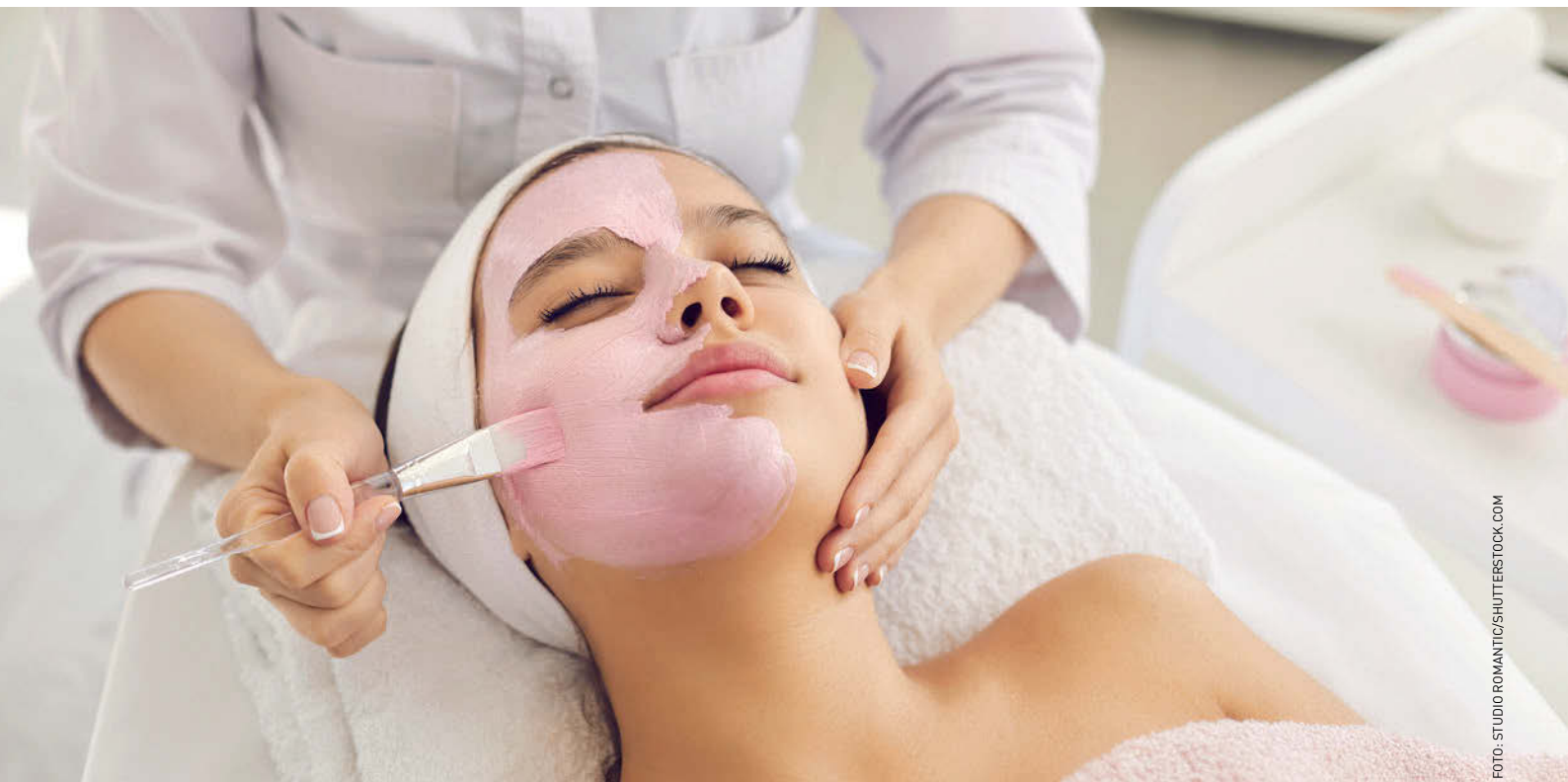


FOTO: STUDIO ROMANTIC / SHUTTERSTOCK.COM

hormonelle Veränderungen mit sich, die zu Hautproblemen wie Akne führen können.

ABER WOHER KOMMT DIE TYPISCHE „TEENAGER-AKNE“?

Damit ist in den meisten Fällen eine Akne vulgaris gemeint, welche umgangssprachlich als „gewöhnliche Akne“ bekannt ist.

Damit wird eine Hauterkrankung bezeichnet, welche zu Mitessern, Pusteln oder entzündeten Pickeln führen kann. Wichtig ist zu wissen, dass besonders junge Menschen unter dieser Krankheit leiden und diese von Dermatologen diagnostiziert werden sollte.

Nicht jeder, der in der Pubertät Pickel bekommt, hat automatisch eine Form der Akne, dennoch gibt es einen Zusammenhang zwischen dieser Lebensphase und der Entwicklung einer Akne: Die Teenager-Haut verändert sich durch die hormonelle Umstellung, was in einigen Fällen zu einer Veränderung der Talgdrüsen-follikel führen kann. Dieser Umstand

heiten zu minimieren und die Hautgesundheit zu fördern.

Sie bieten nicht nur kurzfristige ästhetische Vorteile, sondern können auch als Bildungsinstrument dienen. Fachleute können Jugendlichen wichtige Kenntnisse über Hauttypen, Pflegeprodukte und gesunde Gewohnheiten vermitteln.

Dieses Wissen kann dazu beitragen, dass Jugendliche verantwortungsbewusste Entscheidungen hinsichtlich ihrer Hautpflege treffen und langfristig von einer gesunden Haut profitieren. Dazu gehört, die Mitesser und Pickel nicht selber auszudrücken und ein Pflegeroutine aufzubauen, welche die Hautbedürfnisse erfüllt und die Teenie-Haut während der Entwicklung unterstützt.

Dabei zielt die Behandlung darauf ab, die Haut professionell zu reinigen, die übermässige Talkproduktion zu vermindern, die Barrierefunktion der Haut zu unterstützen, die Hautfeuchtigkeit aufrechtzuerhalten und die Entwicklung von Aknenarben einzudämmen.

wusstsein und einer positiven Einstellung zum eigenen Körper. Indem Jugendlichen die Möglichkeit gegeben wird, sich um ihre Haut zu kümmern und sich in professionellen Händen gut aufgehoben zu fühlen, können sie nicht nur äusserlich, sondern auch innerlich wachsen. Es ist wichtig, dass diese Behandlungen in einem Umfeld stattfinden, das auf die speziellen Bedürfnisse und Fragen von Jugendlichen eingeht und ihre Selbstakzeptanz fördert.

PFLEGEROUTINE

Eine passende Pflegeroutine nach der Behandlung ist essenziell, um die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen. Nach der Behandlung kann eine Pflegeroutine zusammengestellt werden, welche die Haut optimal unterstützt. Bei schnell fettender Haut empfehlen sich zum Beispiel Ampullen mit Teebaumöl. Es wirkt antibakteriell, und der Wirkstoffkomplex mattiert die Haut, was morgens vor der Schule sehr angenehm sein kann. Durch einen Toner mit AHA und BHA kann sich die Haut erneuern, und der Verstopfung der Poren wird entgegengewirkt. Der Toner wird nach der Reinigung angewendet. Die Routine kann durch das umfangreiche Pflege-Sortiment perfekt an die jeweiligen Bedürfnisse angepasst werden.

Durch regelmässige Behandlungen bei der Kosmetikerin, eine Hautanalyse und die passende Pflegeroutinen kann die Haut während der Pubertät unterstützt werden und das Selbstvertrauen stärken.

„KOSMETIKBEHANDLUNGEN SPIELEN EINE WICHTIGE ROLLE IN DER FÖRDERUNG VON SELBSTPFLEGE, SELBSTBEWUSSTSEIN UND EINER POSITIVEN EINSTELLUNG ZUM EIGENEN KÖRPER.“

begünstigt die Entwicklung von unreiner Haut. Wichtig ist es herauszufinden, woher Hautprobleme kommen, um diese gezielt zu behandeln. Der beste Schritt ist also, eine professionelle Hautanalyse durchzuführen. Ein Kosmetikinstitut oder ein Dermatologe kann Hautprobleme gezielt diagnostizieren und einen Behandlungsplan vorstellen.

BEHANDLUNGEN BEI DER KOSMETIKERIN

Wenn sie auf die Bedürfnisse der jugendlichen Haut abgestimmt sind, können sie dazu beitragen, Unrein-

Die Ausreinigung kann entweder händisch oder mithilfe von Technologien durchgeführt werden. Danach ist die Haut startklar für eine Durchfeuchtung. Es kann dafür eine Essenz mit Hyaluronsäure, Granatapfelextrakt und Mineralien wie Magnesium und Zink in die Haut eingearbeitet werden. Bei unreiner Haut empfiehlt es sich, das Treatment mehrfach anzuwenden, um das Hautbild nachhaltig zu verbessern.

Kosmetikbehandlungen für Teenager spielen eine wichtige Rolle in der Förderung von Selbstpflege, Selbstbe-



Rabea Logen

Die Autorin ist Director Education & Training DACH bei Babor.

3 APPARATIVE ANWENDUNGEN

Mit Beginn der Pubertät fängt bei vielen Teenagern auch die Zeit unreiner Haut an. Fast jeder Jugendliche hat sie – Jungen meist mehr als Mädchen. Bei vielen entwickelt sie sich bis zum 17. Lebensjahr und hat hier ihren Höhepunkt. Ihr Fachname ist Acne vulgaris. Drei apparative Konzepte für unreine Teeniehaut stellen wir hier vor und verraten, warum sich ein Sonderpreis für die Behandlung von Teenagern empfiehlt.

Acne vulgaris zeichnet sich durch Pusteln und Komedonen aus. Im Gesicht tritt sie meist auf einer Seborrhoea sicca (trockene Fetthaut) auf, am Körper kann sie sich auf Schulter, Rücken und Brust ausbreiten. Letzteres findet sich häufig bei Jungen, besonders wenn der Haarwuchs am Körper einsetzt. Ganz charakteristisch ist hier eine sehr trockene Haut, man spricht auch von einem fett-trockenen Haut-

zustand. Oftmals treten sogar kleinere Hautschüppchen auf, auch ein Spannungsgefühl kommt öfter vor. In ausgeprägten Stadien kann es auch zu vereinzeltem Juckreiz kommen.

Das Bewusstsein für Acne vulgaris hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Mütter, die früher ihre heranwachsenden Kinder sofort zu einem Dermatologen geschickt haben, wählen nun immer häufiger den Weg zu einer Kosmetikerin. Neben einer

regelmässigen Ausreinigungsbehandlung kann bei der Kosmetikerin auch apparativ viel für eine Teenagerhaut getan werden.

1. ULTRASCHALL/AMPULLE SPENDEN FEUCHTIGKEIT

Wie bereits erwähnt, tritt eine Acne vulgaris meist auf einer Seborrhoea sicca auf, also einer feuchtigkeitsarmen, verhornten und meist irri-

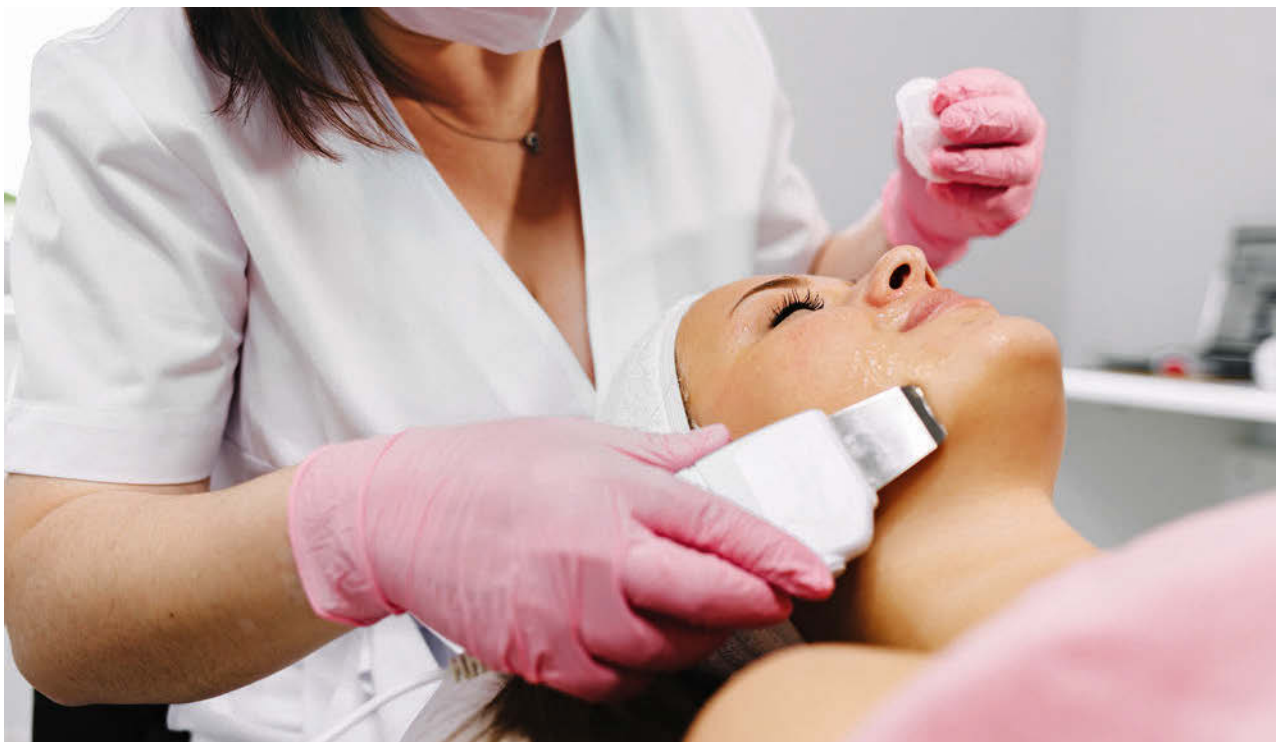


FOTO: ROMAN FENTON/SHUTTERSTOCK.COM

ten Mischhaut. Durch die Feuchtigkeitsarmut produzieren die Talgdrüsen immer mehr Talg, der sich auf der Haut in Form von Komedonen niederlässt. Durch verstopfte Talgdrüsen entstehen Entzündungen und Pusteln. Um diesen Prozess positiv zu beeinflussen, ist es bei einer Teenagerhaut ratsam, der Haut viel Feuchtigkeit zuzuführen. Dies kann apparativ mithilfe von Ultraschall und einer vorher aufgetragenen Wirkstoffampulle geschehen. Feuchtigkeitsspendende Wirkstoffe wie Aloe vera und Urea helfen hier sehr gut, aber auch beruhigende Wirkstoffe wie Panthenol und Allantoin. Speziell um die Talgproduktion zu hemmen, hat sich Rosmarinextrakt oder das adstringierende Hamamelis besonders wirksam gezeigt.

Profi-Tipp

Manche Ultraschallgeräte verfügen auch über LED-Farblichttherapie, die auf den jeweiligen Hautzustand passend eingestellt werden kann. Um Entzündungen positiv zu beeinflussen, wählen Sie die Farbe Blau.

Die Ultraschallwellen lassen die zuvor aufgetragene Ampulle noch tiefer in die Haut eindringen und so auch die Wirkung steigern. Ultraschall wirkt allgemein auch beruhigend auf die Haut und ist besonders nach einer intensiven Ausreinigung gut geeignet, um Rötungen zu minimieren. Die Ultraschallanwendung ist auch sehr angenehm, was als „Wiedergutmachung“ nach der Ausreinigung einen positiven Eindruck hinterlässt.

2. MIKRODERMABRASION: GUT FÜR DIE T-ZONE

Ist die Haut besonders verhornt, und sind wenige bis fast gar keine Pusteln vorhanden, kann auch eine leichte Mikrodermabrasion durchgeführt werden. Sie löst abgestorbene Hautschuppen sanft ab, verfeinert das Hautbild und steigert die Wirkstoffaufnahme der Haut.

Besonders im T-Zonen-Bereich ist dies sehr ratsam, da bei den meisten Teenagern hier die Haut besonders

verhornt und betroffen ist. Unreinheiten lassen sich im Anschluss auch wesentlich leichter ausreinigen. Sollte aus Kostengründen keine Mikrodermabrasion erwünscht sein, kann ich allerdings empfehlen zumindest auf der Nase eine kleine Mikrodermabrasion durchzuführen. Erfahrungsgemäss sitzen hier Komedonen besonders fest und tief. Kleinere Komedonen können mit der Mikrodermabrasion sogar komplett entfernt werden.

Aber Achtung: Das Vakuum darf nicht zu stark eingestellt werden, da es sonst zu Hautverletzungen kommen kann. Eine Teenagerhaut ist meist sehr sensibel und besitzt noch nicht die Festigkeit einer Erwachsenenhaut.

3. COLD PLASMA WIRKT ANTIBAKTERIELL

Eine weitere gute apparative Möglichkeit, eine Teeangerhaut zu behandeln, ist mithilfe von Cold Plasma. Cold Plasma wirkt antibakteriell und entzündungshemmend. Es befreit die Haut von Viren, Bakterien und Pilzen. Gleichzeitig wird sie mit Sauerstoff angereichert, was zu einer besseren und schnelleren Zellregeneration führt.

Diese Behandlungsmethode kann entweder bei einer Ausreinigungsbehandlung mit eingebaut oder als wöchentliche Kurbehandlung angeboten werden. Als Kurbehandlung kommt der Kunde einmal pro Woche für mindestens vier bis fünf Anwendungen. Bei jeder Behandlung reinigt die Kosmetikerin vorab die Haut, dann führt sie die eigentliche Cold-Plasma-Behandlung durch. Im Anschluss trägt sie eine Abschlusspflege auf. Bereits nach kurzer Zeit sind mit der passenden Heimpflege gute Ergebnisse sichtbar.

Ein weiterer und besonders bei Jugendlichen wichtiger Vorteil ist, dass die Haut nach der Behandlung nicht gerötet und die Behandlung schmerzfrei ist.

Manche Hersteller bieten sogar Cold-Plasma-Geräte für zu Hause an. Diese können dann mittels eines Leihver-

trages bei der Kosmetikerin für einen bestimmten Zeitraum und einer Gebühr ausgeliehen werden. Zu Hause kann der Kunde sich dann selbst damit behandeln. Dies empfiehlt sich allerdings immer nur dann, wenn ein komplettes Heimpflegepaket mit verkauft wird.

PREISEMPFEHLUNG, WERBUNG UND PRODUKTVERKAUF

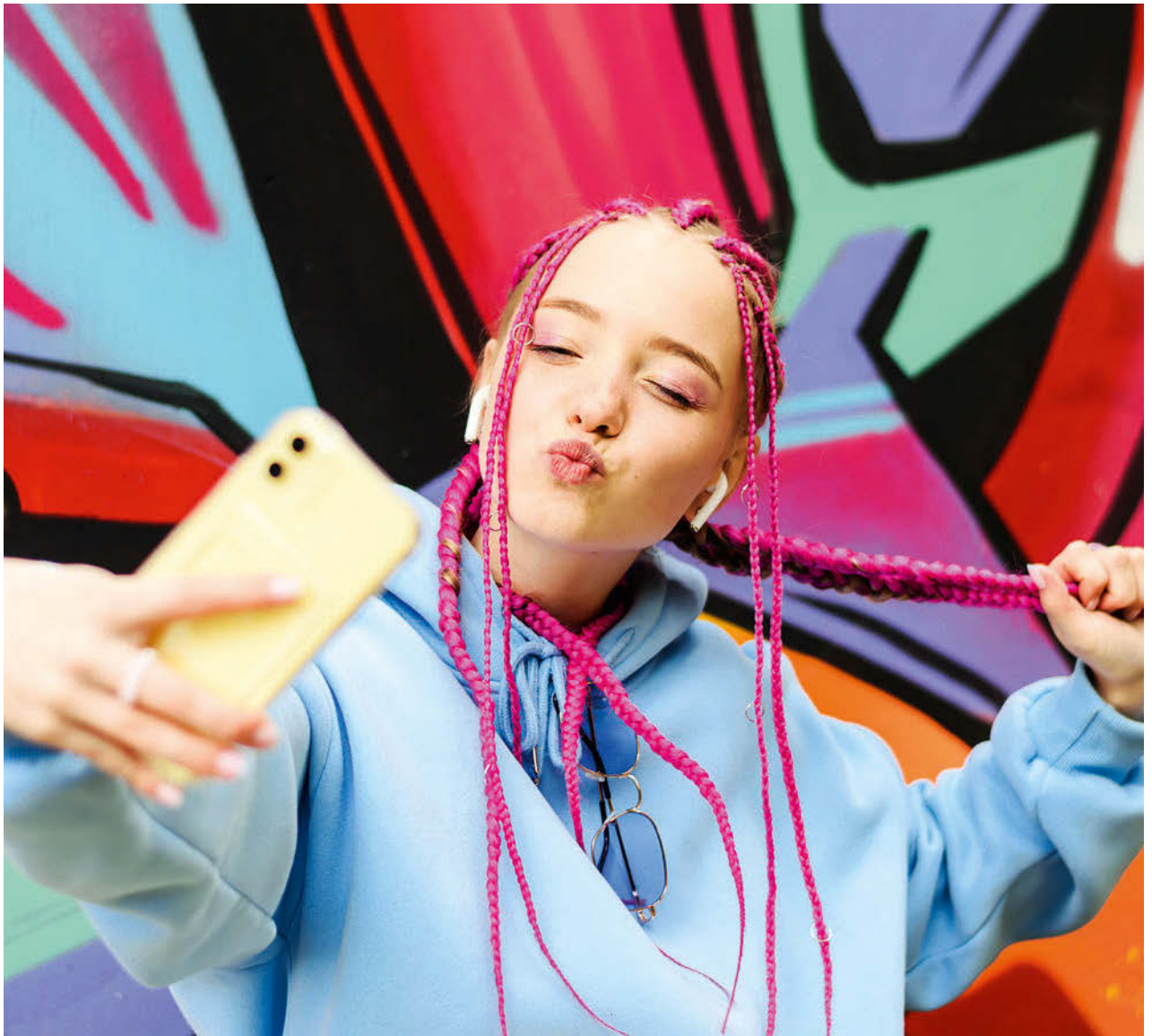
Kostenmässig empfiehlt sich, bei Teenagern immer einen Sonderpreis zu wählen. Dies hat zwei Gründe: Zum einen kommen Teenager in der Regel alle drei bis vier Wochen zu ihren Behandlungen (diese sind meist vom Wareneinsatz recht gering). Der zweite Grund ist der Aspekt der Werbung und des Produktverkaufs. Zufriedene Kunden erzählen gern weiter, wo sie zur Behandlung waren, wie oben erwähnt, leidet fast jeder Teenager unter Hautproblemen. Das Umfeld der Teenagerkunden hat also das gleiche Problem. Auch kann das Erwachsenen Umfeld von den Ergebnissen so begeistert sein, dass zum Beispiel die Mutter demnächst eine Behandlung bucht.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der Produktverkauf. Nur mit der richtigen Heimpflege wird eine Teenagerhaut verbessert werden können. Ist die Behandlung schon recht teuer und die Produkte auch, wird der Produktkauf meist hintangestellt. Natürlich sollen die Behandlungen aber so kalkuliert werden, dass kein Verlust erzielt wird.



Julia Fessner

Die Autorin ist ausgebildete Kosmetikerin und ist Inhaberin von „Beauty Atelier“, Nidderau. www.beautyatelier-nidderau.de



RAN AN DIE GEN Z!

Die 18- bis 24-Jährigen, auch als Gen Z bekannt, sind die erste Generation, die in das digitale Zeitalter hineingeboren wurde und ein Leben ohne Smartphone, Internet und Social Networks nicht kennt. Wie Sie sie auf Ihr Institut aufmerksam machen, lesen Sie hier.

Der Austausch mit der jungen Generation verlangt von Dienstleistern ein hohes Mass an Einfühlungsvermögen, Toleranz und Flexibilität.

Die Ansichten und Überzeugungen der Teenies unterscheiden sich sehr von denen früherer Generationen, ohne digitale Erfahrungen. Allerdings leben wir alle schon einige Zeit mit

diesen Medien und hatten Gelegenheit, Segen und Fluch der virtuellen Welt kennenzulernen. Es gelingt also immer besser, die Verhaltensweisen und Wünsche zu verstehen.

FOTO: TATIANA BUZMAKOW/SHUTTERSTOCK.COM

Auch für Sie, liebe Beauty-Experten, eröffnen sich auf diese Weise ganz neue Möglichkeiten und Wege, Ihre Dienstleistungen zu platzieren. Im besten Fall können Sie voneinander lernen und den Austausch miteinander als Inspiration nutzen. Womit beginne ich also, wenn ich Ihnen diese individualistischen, selbstbewussten und erwartungsvollen jungen Menschen als Kunden vorstelle?

Am besten mit einer guten Nachricht: Die Generation Z achtet auf Gesundheit und gutes Aussehen. Sie liebt es, viel Zeit für ihre Freizeitgestaltung zu haben und diese optimal zu nutzen. Ohne Smartphone geht bei den Teenies nichts.

DIGITALE ALLTAGSHELPER

Es gibt jede Menge Apps, die für alle Tätigkeiten des Alltags oder der Freizeit als Unterstützer genutzt werden können. Es gibt jene, die Auskunft geben, ob das Work-out effektiv war, wie viele Schritte täglich gegangen wurden, ob die Ernährung ausgewogen ist oder ob der Schlaf ausreichend war. Es gibt eigentlich nichts, was es nicht gibt. In der Zwischenzeit sind solche technischen News längst bei allen angekommen. Fast jeder kann den Blick kaum noch von dem Smartphone abwenden. Es hat uns doch alle erwischt, oder?

Ob man sich gemeinsam im Restaurant gegenüber sitzt oder in der Bahn auf dem Weg zum Arbeitsplatz ist: Die Hand geht in die Tasche, und schwups ist es da, das Telefon mit seinen unendlichen Möglichkeiten. Schnell mal die Mails oder News checken. Hat jemand auf meine WhatsApp reagiert?

Oh, meine Freundin ist jetzt auch auf Tiktok. Was postet sie? Instagram lockt uns mittels Algorithmen, neue Beiträge anzuschauen. Manchen wird das Ganze sogar schon zu viel, und sie verordnen sich selbst eine Online-Detox-Pause. Fakt ist: Diese Art der Kommunikation gehört mittlerweile zu unserem Leben. Ein grosser Teil des Alltags findet online statt. Auf der Suche nach einem Produkt oder einer Dienstleistung informieren sich die meisten zunächst online. Sie verglei-

MEIN TIPP

Bleiben Sie aufgeschlossen und neugierig. Ich glaube, das ist eine gute Voraussetzung, um die Motive junger Menschen zu verstehen und dabei unvoreingenommen und interessiert auf sie zuzugehen.

chen Preise, bewerten Produkte und treffen Kaufentscheidungen, anhand von Bewertungen anderer.

WORK-LIFE-BALANCE

Die Gen Z wünscht sich ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Pflicht und Freizeit. Sie kann sich aufgrund des demografischen Wandels einen Ausbildungsplatz oder ein Studium aussuchen. Karriere? Nicht um jeden Preis. Junge Menschen lieben das Abenteuer und wollen ein besonderes Erlebnis. Deutlich wird das beispielsweise beim Thema Reisen.

Individuelle Reiseziele stehen auf der Wunschliste ganz oben. Nicht zuletzt deshalb, weil sie ihre Erfahrungen in den Social Networks mit anderen teilen. Aufgrund der Vielzahl von Beiträgen gilt es, sich durch originelle Reiseziele von der Masse abzuheben. Die Tourismusbranche hat den Trend schon lange erkannt und trägt mit aussergewöhnlichen Hotelkonzepten dazu bei, Wünsche wie diese zu erfüllen.

GESUND- UND SCHÖNHEIT

Junge Menschen leben heute sehr viel gesundheitsbewusster. Sie achten auf ihre Ernährung und wollen wissen, woher die Nahrungsmittel kommen, die sie verzehren. Der Grund dafür ist sicherlich auch ein breiteres Wissen, das online auf schnellstem Wege verfügbar ist. Ausserdem ist es den Teenies wichtig, gut auszusehen. Nie zuvor gab es so viele Möglichkeiten der Selbstoptimierung.

Die Beauty-Branche hat in den vergangenen Jahren etliche Innovationen auf den Markt gebracht und freut sich über Trauumsätze. Die Verbraucher der Generation Z sind sehr interessiert an Produkten, die ihre optische Selbstoptimierung unterstützen. Besonders Plattformen wie

Instagram, Pinterest und Tiktok sind beliebte Orte, um sich die neuesten Trends anzuschauen oder mittels Tutorials, die Anwendung von Produkten zu erlernen. Teenies teilen ihr Wissen mit anderen oder bewerten Produkte. Wer sich in den Social Networks der Community stellt, hat es allerdings nicht ganz leicht. In der Anonymität des Internets fallen Kommentare mitunter schonungslos aus. Besonders dann, wenn das Aussehen bewertet wird. Deshalb achtet die Gen Z auch darauf, dass sie stets perfekt gestylt ist.

Noch eine gute Nachricht für Sie: Sie müssen den jungen Menschen das Kosmetikthema nicht „schmackhaft“ machen, sondern treffen auf eine Zielgruppe, die das Interesse an Kosmetikprodukten schon mitbringt. Es geht lediglich darum, wie und wo Sie Ihre Dienstleistungen am erfolgreichsten präsentieren.

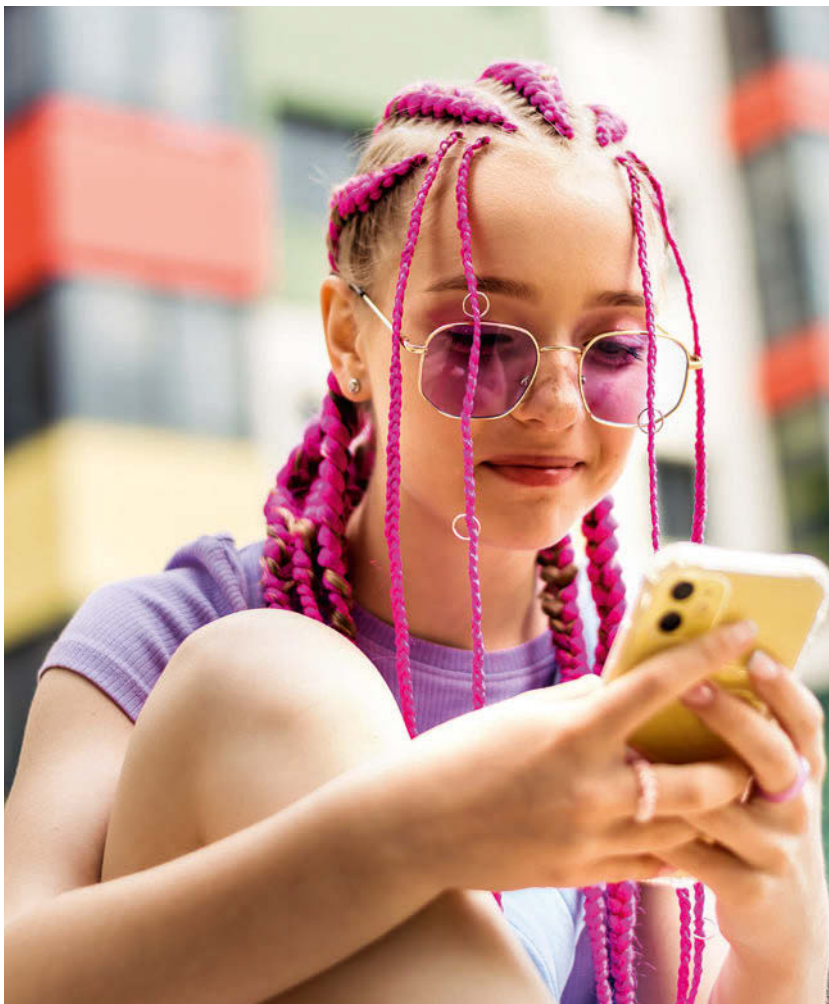
ONLINE-MARKETING

Wenn man Teenies online fesseln will, muss man sich einiges einfallen lassen. Die Angebote auf Social Media sind so umfangreich, dass in der Angebotsvielfalt nur der originellste Beitrag auffällt. Neben kreativen Ideen, sollte schnell erkennbar sein, worum es in einem Angebot geht. Junge Menschen sind es gewohnt, mitzureden. Sie möchten als Verbraucher ernst genommen werden und im besten Fall die Produkte mitentwickeln. Dienstleistungen, die nahbarer angeboten werden, wirken authentischer. Wenn die Möglichkeit besteht, Kunden in die Entwicklung neuer Marken einzubeziehen, ist das ein vielversprechender Weg.

Denken Sie einmal an die Wirkung eines so engen Kundenkontakts. Erstens haben Sie sehr schnell ein Feedback zu Ihren Dienstleistungen und Produkten. Zweitens finden Sie im Kundendialog schnell heraus, was sich Ihre jungen Kunden von Ihnen wünschen. Das spart Zeit und Geld.

IHRE INSTITUTSGESCHICHTE

Online-Marketing ist dann am erfolgreichsten, wenn wahre Geschichten erzählt werden. Wie wäre es, wenn



Ihr grosses Interesse an Beauty-Tipps und Modetrends füttern die Teenies online.

Sie Ihre eigene Story schreiben? Wie haben Sie angefangen? Welche Hürden galt es zu überwinden? Wo stehen Sie heute? Junge Menschen lieben Erfolgsgeschichten. Und ganz besonders dann, wenn sie sich als ein Teil dessen verstehen. Einige Brands sind mit den Followern auf Insta & Co. erst gross geworden. Ein toller Produktname, ein hippes Design und fertig ist das Erfolgsrezept. Es braucht ein wenig Kreativität und Inspiration durch Recherchen, dann funktioniert das eigene Online-Business.

INNOVATIVE ANGEBOTE

Entwickeln Sie Ideen für originelle Dienstleistungen.

Fragen Sie sich zuvor:

1. In welchem Bereich sehen Sie Ihre Kernkompetenzen?

2. Welche Ihrer Dienstleistungen passt zu der Zielgruppe der Generation Z?
3. Auf welchen Kanälen möchten Sie mit welchen Inhalten starten?
4. Haben Sie die Kapazitäten, Ihre Community regelmässig mit Inhalten zu „füttern“?

Sie sind mit Ihren Kompetenzen in Ihrem Institut der Ansprechpartner Nummer eins. Natürlich müssen Sie zunächst online das Interesse der jungen Kunden wecken.

Aber dann ist es das Ziel, die Kunden stationär zu beraten, zu pflegen, zu überraschen und zu halten. Kurzum: Ihre Teenies warten auf Angebote, und der Kosmetikmarkt ist perfekt geeignet, innovative Pflegekonzepte zu entwickeln. Denken Sie nur an den Trend der nachhaltigen Pflegepro-

dukte, Detox-Wellness, an die dekorative Kosmetik mit neuen Trends, Permanent Make-up oder dem Nagel-design. Sie haben so viele Möglichkeiten, tolle Angebote zu entwickeln.

Umsetzungshelfer:

1. Authentizität
 2. Nachhaltigkeit
 3. Sehr gute Angebote
 4. Flexibilität
 5. Interaktion und Kundenbindung
- Präsentieren Sie sich und Ihr Institut so, wie Sie sind. Die schönsten Geschichten schreibt doch immer noch das Leben. Junge Menschen identifizieren sich mit Personen, die ihnen ähnlich sind. Das Mädchen von nebenan hat ein Produkt ausprobiert und teilt auf Instagram die Erfahrungen mit ihrer Community. Das ist ein glaubwürdiger Prozess. So funktioniert Online-Marketing.

MEIN FAZIT

Stellen Sie sich online gut auf. Vernetzen Sie sich mit Ihren Kunden und treffen Sie Ihre jungen Kunden in den sozialen Netzwerken. Finden Sie eine Form der Ansprache, die passt. Bleiben Sie authentisch und Sie selbst. Achten Sie auf neue Trends und passen Sie Ihre Angebote immer mal wieder an. Das bedeutet natürlich nicht, dass Sie „nach jedem Stöckchen springen“ müssen. Unternehmmergeist lebt von Flexibilität und Veränderung. Achten Sie darauf, Ihre Online-Accounts stets zu pflegen, spannende Geschichten zu erzählen und regelmässig auf Anfragen zu reagieren. Viel Freude und Erfolg dabei!



Ulrike Förster

Die Autorin besitzt langjährige Erfahrung als Marketingleiterin im Tourismus- und Hotelgewerbe. Seit 2020 arbeitet sie zudem als Beauty-Coach. Aktuell ist sie als medizinische Kosmetikerin in der Praxisklinik für Dermatologie Aachen angestellt.

NATURAL GOOD?



Pickel, Pusteln und fettige Haut und nebenbei noch die Welt retten. Viele Teenies leiden unter herausfordernden Hautproblemen möchten aber auch ihrem ökologischen Bewusstsein gerecht werden. Bestehen sie darum auf Naturkosmetik?

Mitten in der turbulenten Zeit als Teenie entwickelt sich häufig das Interesse für die eigene Hautpflege. Durch die Medien wächst gleichzeitig aber auch immer mehr das Bewusstsein für Nachhaltigkeit, Qualität und auch unsere Umwelt. In diesem Kontext gewinnt Naturkosmetik immer mehr an Sympathie, denn bei vielen Jugendlichen weckt die Vorstellung von Naturkosmetik der Gedanke an natürliche Inhaltsstoffe, Reinheit und Verträglichkeit.

ALLES NATÜRLICH?

Die Nachfrage nach Naturkosmetik bei Jugendlichen ist meiner Erfahrung nach keineswegs die Regel. Die individuellen Präferenzen und Erfahrungen spielen eine entscheidende Rolle. Es zeigt sich, dass für die meisten Jugendlichen und ihre Eltern gute Inhaltsstoffe und eine optimale Verträglichkeit im Vordergrund stehen, doch auf der anderen Seite gibt es immer noch genug Jugendliche, die bei der Auswahl ihrer Hautpflege nur nach den aktuellen Hype-Produkten von TikTok, Instagram und Co. gehen. Der Fokus liegt somit nicht allein auf dem Label „Naturkosmetik“, sondern vielmehr auf der Wirksamkeit und Verträglichkeit der Produkte.

TEENIES UND NATURKOSMETIK: MEINE ERFAHRUNGEN

Ich persönlich arbeite in meinem Kosmetikstudio nicht mit klassischer Naturkosmetik, sondern habe mich für Produkte mit hautidentischen Wirkstoffen entschieden.

Der Grund dafür ist folgender: Zu Beginn meiner Selbstständigkeit habe ich viel mit jungen Frauen zusammengearbeitet, die mit unreiner Haut, starken Entzündungen und oft auch sehr trockener Haut zu kämpfen hatten. So gut wie alle hatten eine geschädigte Hautbarriere und haben sehr empfindlich auf Naturkosmetik beziehungsweise die darin enthaltenden Wirkstoffe reagiert. Deshalb bin ich mit der Zeit von diesem Ansatz weggekommen.

Mit „Natur“-Wirkstoffen arbeite ich dennoch immer noch, aber tatsächlich nicht für den täglichen Gebrauch, sondern eher als „Special Treatment“ in der Kabine. Am liebsten sind mir dabei diese drei pflanzlichen Inhaltsstoffe:

- Die entzündungshemmende und beruhigende Aloe vera.
- Ein entzündungshemmender und antimikrobieller Grüner-Tee-Extrakt.
- Die adstringierende und beruhigende Wirkung von Hamamelis.

EINE FRAGE DES GELDES

Ein weiterer Aspekt, der bei der Jugendlichenpflege oft diskutiert wird, betrifft die finanzielle Leistbarkeit. Ich würde schon sagen, dass Jugendliche bereit sind, Geld für hochwertige Produkte auszugeben, allerdings nur, wenn der Leidensdruck wirklich hoch ist. Oft kommen hier für dann auch die Eltern auf. Ich empfehle in solchen Fällen, eher auf eine gute Heimpflege zu setzen als auf häufige Kosmetikbesuche, um den Geldbeutel junger Menschen zu entlasten. Die Treatments im Studio können sich die Schülerinnen und Schüler auch prima zu Weihnachten oder zum Geburtstag wünschen.

Zusammenfassend würde ich sagen: Naturkosmetik ist durchaus etwas für Jugendliche! Wichtig ist aber, dass wirklich individuell auf jede Situation und jede Haut eingegangen wird, damit alle Parteien am Ende glücklich in den Spiegel schauen können!



Jessica Luft

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

EDUCATIONCHECK

Was gibt es Neues im Bereich Schulungen, Seminare und Weiterbildung für Kosmetikprofis? Auf der folgenden Seite finden Sie ein Angebot von CNC Skincare.

Anbieter

Seite

CNC Skincare.....37





CNC cosmetic®

Stillstand ist keine Option



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

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

Damit das CNC Beauty-Concept zielführend und erfolgreich eingesetzt werden kann, sind professionelle Schulungen zu Produkten, Wirkstoffen und dermazeutisch-apparativen Anwendungen von höchster Bedeutung.

Ergänzt werden die Präsenzseminare durch Online-Schulungen und nicht zuletzt durch ein praxisorientiertes Kabinentraining, das durch ein kompetentes Aussendienstteam deutschlandweit durchgeführt und individuell angepasst wird.

Die korrekte Anwendung apparativer Behandlungskonzepte, sowie dermazeutischer Fruchtsäuren in Kombination mit der CNC Wirkstoffkosmetik, führt nicht nur zu einzigartigen, nachhaltigen Ergebnissen, sondern bei den CNC Partnerinstituten auch zu einem maximalen Mass an Sicherheit und Kompetenz – und damit zu einer vertrauensvollen Kundenbindung.

Mit dem neuen Schulungskonzept CNC Level-Up, unterstützt CNC cosmetic® die Partnerinstitute auf ganzer Linie und begleitet sie individuell und aktiv bei deren Weiterentwicklung hin zum CNC Premium-Partner.

Exklusiv Schulungen im familiären Kreis informieren zu aktuellen Themen und dienen dem konstruktiven Austausch und der gegenseitigen Motivation.

Du und CNC cosmetic® – einfach ein starkes Team.



DEIN PARTNER ZUM ERFOLG:

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

CNC skincare GmbH

Aeschengraben 13 | 4051 Basel | Tel. 061 271 60 60 | kontakt@cnc-cosmetic.ch | www.cnc-cosmetic.ch



Seit 40 Jahren ist Soraida Jaramillo bereits in der Kosmetikbranche tätig, 26 Jahre davon in der Schweiz als selbstständige Kosmetikerin in Zürich.

INSTITUT DES MONATS

HAUTEXPERTIN IN SEEFELD

SKIN-EXPERT.CH

40 Jahre Erfahrung, vier Sprachen und unzählige Aus- und Weiterbildungen zeichnen Soraida Jaramillo, die Kosmetikerin und Geschäftsführerin des Kosmetikinstituts Skin-Expert.ch in der Zürcher Seefeldstrasse aus. Ihre Kundinnen und Kunden schätzen ihren Service und ihre Expertise und zeigen dies mit Topbewertungen, die Soraida Jaramillo zum fünften Jahr in Folge an die Spitze der bestbewerteten Salons von Treatwell geführt haben.

FOTOS: BEAUTY FORUM/JAQUELINE KRAMER

Am Rande der Zürcher Altstadt, nur einen Katzensprung vom Opernhaus entfernt und ganz in der Nähe des schönen Zürichsees, liegt das Kosmetikinstitut Skin-Expert von Soraida Jaramillo. Auf rund 115 Quadratmetern und vier Kabinen bietet die erfahrene Kosmetikerin ihren Kundinnen und Kunden ein ausgewähltes Programm an kosmetischen Behandlungen an.

Soraida Jaramillo achtet penibel auf Sauberkeit und Hygiene. Alle Gäste in ihrem Institut dürfen deshalb als Erstes aus den Strassenschuhen raus- und in die desinfizierten Hausschuhe reinschlüpfen. Nun wird im Empfangsbereich Platz genommen: Hier bespricht Soraida Jaramillo die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden, die folgenden Behandlungen und berät zur passenden Heimpflege.

Je nachdem, welche Behandlungen anstehen, führt die Hautpflegeexpertin ihre Kunden in die jeweilige Behandlungskabine. Jetzt heisst es, sich auf der Liege zu entspannen und sich in die fähigen Hände der Kosmetikerin zu begeben.

40-JÄHRIGE EXPERTISE

Dieses Jahr feiert die gebürtige Kolumbianerin einen Meilenstein: 40 Jahre ist



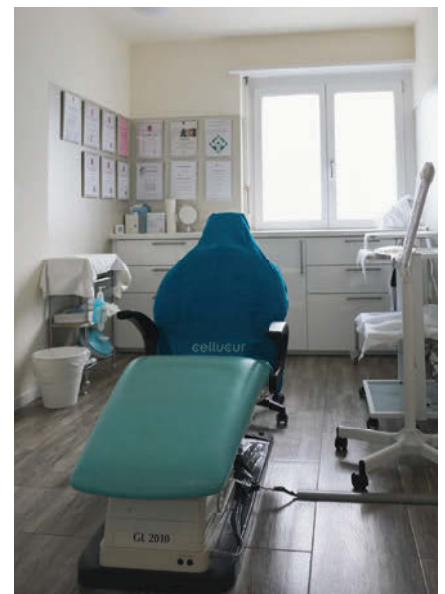
Auf rund 115 Quadratmetern empfängt Soraida Jaramillo ihre Gäste im Kosmetikinstitut Skin-Expert.ch in Zürich Seefeld.

sie schon in der Beauty-Branche tätig, und unzählige Zertifikate schmücken die Wände ihrer Behandlungsräume. 1983 besuchte sie in der kolumbianischen Stadt Pereira die Kosmetikfachschule Pablo's Academia. Als hervorragende Schülerin durfte sie im Anschluss daran selbst zwei Jahre unterrichten. Sie

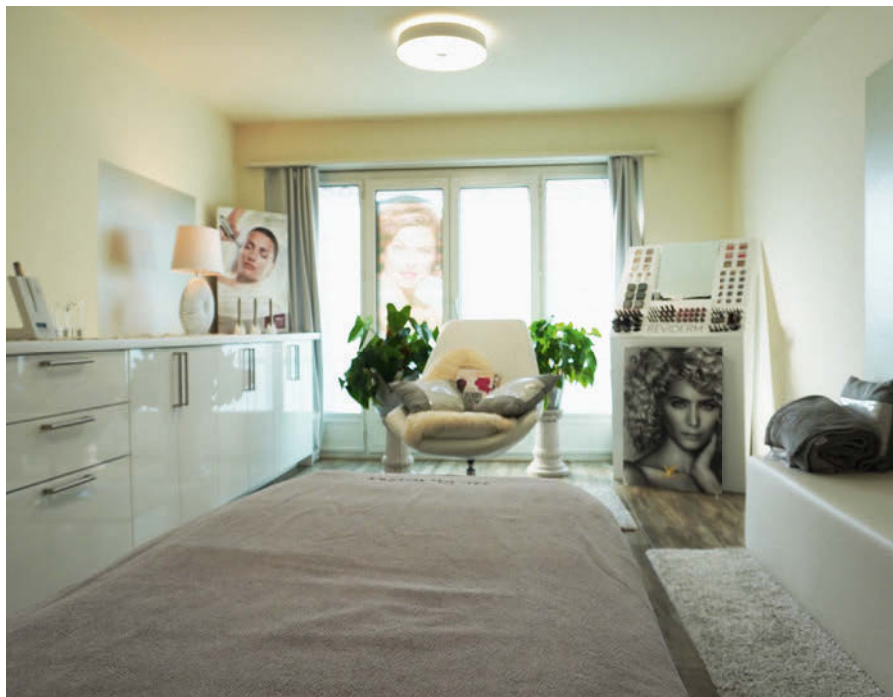
gewann mehrfach bei verschiedenen Visagisten-Wettbewerben und trat selbst als Modell auf. Ihr Erfolg brachte Soraida Jaramillo in das kolumbianische Fernsehen und Radio, wo sie als Reporterin und Moderatorin auftrat. Im Jahr 1990 kam die junge Kosmetikerin schliesslich in die Schweiz. Sie er-



Um so hygienisch wie möglich zu arbeiten, desinfiziert die Kosmetikerin und Geschäftsführerin alle Utensilien mit einem medizinischen Autoklav-Sterilisator.



Für Medical-Beauty-Behandlungen gibt es eine separate Kabine.



Die Lieblingsbehandlung der Kosmetikerin ist die dauerhafte Haarentfernung mittels Nadelepilation.



Soraida Jaramillo arbeitet ausschliesslich mit Produkten von Reviderm.

innert sich, dass der Erfolg in der Kosmetikbranche ihr damals leicht zuflog, weshalb sie es wagte, einen zweiten Karriereweg einzuschlagen: das Modedesign. Sie absolvierte eine dreijährige Modedesignschule in Zürich, gewann

AUSGEZEICHNET

Gesagt, getan: 1998 gründete die Hautexpertin ihr erstes Kosmetikinstitut in Zürich – 2015 eröffnete sie schliesslich das heutige Kosmetikinstitut Skin-Expert in der Seefeldstrasse 25. Es gibt

„DAS SCHÖNSTE AN MEINEM BERUF UND MEINER LEIDENSCHAFT ALS KOSMETIKERIN IST, DASS ICH MEINE KUNDINNEN UND KUNDEN GLÜCKLICH MACHEN DARF.“

sen kann und über die sich die Geschäftsführerin freut: „Das Schönste an meinem Beruf und meiner Leidenschaft als Kosmetikerin ist, dass ich meine Kundinnen und Kunden glücklich machen darf. Es ist für mich sehr erfüllend, wenn ich sehe, wie ich meinen Gästen zu mehr Wohlbefinden und Selbstbewusstsein verhelfen kann“, schwärmt Soraida Jaramillo.

SCHWERPUNKT: APPARATIVE UND MEDIZINISCHE KOSMETIK

Wenn man die erfahrene Kosmetikerin fragt, was sie am liebsten behandelt, so mag die Antwort für den ein oder anderen überraschend sein: „Problemhaut“, sagt sie lachend, „denn hier kann man mit dem richtigen Behandlungsplan und der darauf abgestimmten Heimpflege grosse Erfolge erzielen und wirklich das Leben der Menschen verändern“, erklärt Soraida Jaramillo.

Im Institut Skin-Expert stehen Anti-Aging, Problemhaut und Körperbehandlungen im Fokus. Die Hautexpertin legt ihren Schwerpunkt auf apparative Methoden, Medical Beauty sowie dauerhafte Haarentfernung. Auch Permanent Make-up gehört zu ihrer Expertise. Jede

Preise für ihre Kollektionen und durfte exklusive Mode für Kunden entwerfen. Ein Traum! Und dennoch fand Soraida Jaramillo ihren Weg wieder zurück zur Kosmetik: „Das Modedesign ist eine wunderschöne, kreative Arbeit – und ich habe es geliebt, meine Kollektionen zu kreieren,“ erzählt Soraida Jaramillo, „doch leider ist es kein besonders substanzieller Beruf, weshalb ich mich wieder auf meine erste Leidenschaft, die Kosmetik, besonnen habe“, erklärt sie weiter.

kaum ein Jahr, in dem die Kosmetikerin keine Weiterbildungen absolviert hat, denn ihr ist es wichtig, immer top informiert und ausgebildet zu sein. Den Sachkundenachweis für die V-NISSG absolvierte sie bereits im vergangenen Jahr.

Dies spiegeln auch die Kundenbewertungen wider: Mit einem 5,0-Sterne-Schnitt bei 975 Bewertungen gehört Soraida Jaramillo seit 2019 jedes Jahr zu den „Top rated Salons“ bei Treatwell. Eine Auszeichnung, die sich sehen las-

Behandlungskabine ist auf spezielle Behandlungen abgestimmt und wird nach jedem Kundenbesuch desinfiziert. „Ich lege grössten Wert auf Hygiene und arbeite deshalb mit einem medizinischen Autoklav, der mittels Dampfdruck-Sterilisierung funktioniert“, erklärt sie. Selbstverständlich ist Skin-Expert auch mit dem Hygiene Quality Label aufgezeichnet. Im Bereich der apparativen und medizinischen Kosmetik arbeitet Soraida Jaramillo mit Mikrodermabrasion, Ultraschall, Mikroneedling, chemischen Peelings, Mesotherapie, Elektrostimulation und der LPG-Lipomassage. Zu ihren Lieblingsbehandlungen zählen das Mikroneedling und die dauerhafte Haarentfernung mit Nadelepilation.

Die Kunden im Kosmetikinstitut Skin-Expert reichen von Jugendlichen, die mit Akne kämpfen, über Frauen mittleren Alters, die Anti-Aging betreiben oder ihre Hautprobleme in den Griff kriegen möchten. Auch einige Männer gehören zu den Gästen in der Seefeldstrasse, rund 15 Prozent schätzt Soraida Jaramillo.

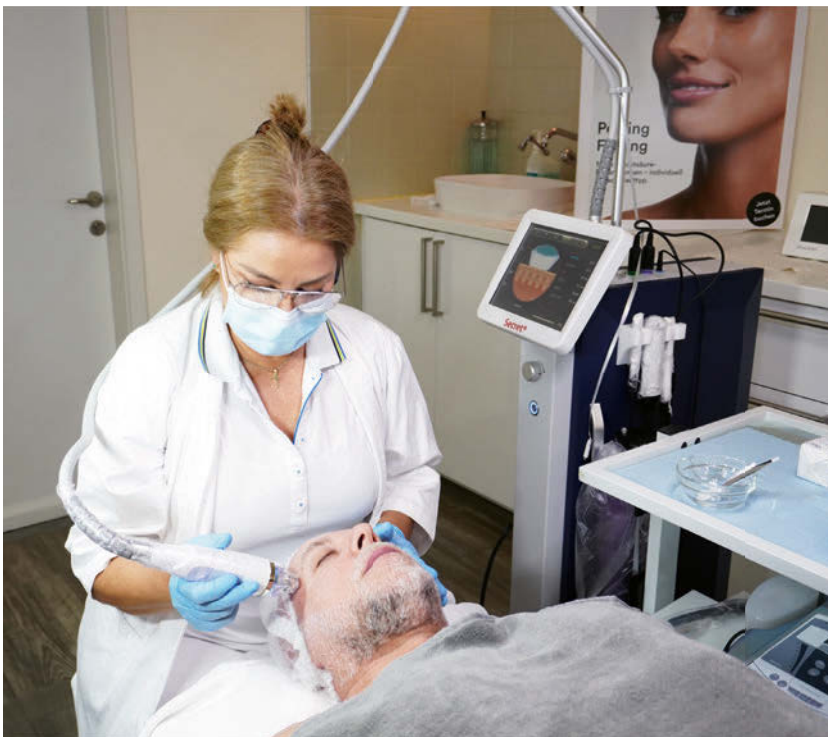
DURST NACH NEUEM

Nicht nur beruflich bleibt Soraida Jaramillo immer auf Trab, sondern auch privat lernt die erfolgreiche Kosmetikerin gerne Neues: Sie spricht vier Sprachen und liebt es, Dinge zu kreieren: seien es kreative Torten für ihren Mann und ihre Tochter oder fein gearbeiteter Schmuck beim Goldschmieden. Wer Soraida Jaramillo kennenlernt, merkt schnell: Sie ist eine äusserst kreative Person, die grosse Freude am Erschaffen hat, dabei am liebsten mit den Händen arbeitet und immer sehr genau vorgeht – kein Wunder, dass die Kosmetik ihre Berufung ist!

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



Rund 15 Prozent Männer machen den Kundenstamm bei Skin-Expert.ch aus.



FAKTEN

Eröffnet: 2015

Inhaberin: Soraida Jaramillo

Ausbildung: Geprüfte Kosmetikerin mit zahlreichen Aus- und Weiterbildungen, V-NISSG-Sachkundennachweis

Behandlungsschwerpunkte: Apparative und medizinische Kosmetik

Liebingsbehandlung: Nadelepilation

Räumlichkeiten: circa 115 m², Empfangs- und Verkaufsbereich, 4 Behandlungskabinen

Angestellte: 1 Mitarbeiterin

Marken: Reviderm

Geräte: Mikrodermabrasion, Microneedling, Ultraschall, Secret RF, Icoone® Laser, Apilus Nadelepilation, Swisscolor Permanent Make-up, Diodenlaser, Mesoporation, Mesogun, Plasma Pen

Kunden im Monat: circa 50

KONTAKT

Skin-Expert
Seefeldstrasse 25
8008 Zürich
www.skin-expert.ch
Instagram: @skinexpert.ch
Facebook: Skin-Expert.ch

ZAUBERHAFTER BEAUTY-REISE AUF DEM ZÜRICHSEE

BEAUTY ON THE LAKE BY SGMK

Am Montag, 13. Mai 2024 heisst die SGMK Beautyprofis herzlich willkommen an Bord der „Helvetia“ zum exklusiven B2B-Event „Beauty on the lake“ auf dem malerischen Zürichsee. Die Gäste erwartet eine Schiffrundfahrt mit Fachaussstellung, spannendem Programm, feinem Steh-Lunch und viel Zeit zum Netzwerken.

TICKET SICHERN:



Einfach QR-Code
scannen!



FOTO: STOCK.ADOBE.COM/FIREFLY



Stolz fährt sie los, die „Helvetia“, auf der „Beauty on the lake“ Premiere feiern wird.

Leinen los für die Beauty-Branche

Am Montag, 13. Mai 2024 um 12.00 Uhr am Zürcher Bürkliplatz startet mit einem Welcome-Cüpli das einzigartige Erlebnis „Beauty on the lake“ und lädt Besucherinnen und Besucher zur Entdeckung der neuesten Beauty-Innovationen und -Trends ein. Während die Gäste in die faszinierende Welt der Schönheit und Ästhetik eintauchen, können sie gleichzeitig die atemberaubende Kulisse des Zürichsees geniessen. Die ruhige und inspirierende Umgebung des Sees bietet den perfekten Hintergrund für ein unvergessliches Beauty-Erlebnis.

29 Aussteller, 6 Referate

An 29 Ständen präsentieren renommierte Aussteller ihre neuesten Innovationen und Trends für die Kosmetikbranche. Von neuen, hochwertigen und revolutionären Hautpflegeprodukten über innovative Beauty-Geräte bis hin zu modernen Softwarelösungen – an diesem Event können Gäste die Zukunft der Schönheitsbranche hautnah miterleben und entdecken.

Doch „Beauty on the lake“ ist nicht nur eine Ausstellung von Produkten, sondern auch eine Plattform zum Netzwerken und zum Austausch von Ideen. In einer entspannten Atmosphäre haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, wertvolle Verbindungen in der Beauty-Branche zu knüpfen, sei es mit anderen Fachleuten, Branchenexperten oder potenziellen Geschäftspartnern. Ein weiteres Highlight des Events bieten die verschiedenen spannenden Referate und Vorträge, die Einblicke in die Zukunft der Branche geben und den Wissensstand erweitern. Die Referate bieten eine breite Palette an Themen, die für jeden Beauty-Enthusiasten von Interesse sind.

Special Guest: Swissmedic

Ein besonderes Highlight des Events ist die Präsenz von Swissmedic mit einem Infostand an Bord. Am Stand von Swissmedic kann man sich über die neue, revidierte Medizinprodukteverordnung MepV informieren und Fragen direkt an die Experten stellen. Eine einmalige Gelegenheit, die man nicht verpassen sollte, insbesondere, da ab dem 26. Mai 2024 bedeutende Änderungen im Bereich des Verkaufs und der Klassifizierung von apparativen Geräten in Kraft treten.

Steh-Lunch zum Ausklang

Ab 16.15 Uhr lädt die SGMK dann ein zum grossen Steh-Lunch auf dem Sonnendeck der „Helvetia“ mit vielen kulinarischen Köstlichkeiten und erfrischenden Getränken. In entspannter Atmosphäre und mit regem Austausch lässt sich so der Anlass stilvoll ausklingen. Insgesamt verspricht „Beauty on the lake“ ein unvergessliches Event für alle Besucher und Aussteller. Von der Erkundung der neuesten Beauty-Trends bis hin zum Networking mit Branchenexperten bietet dieser Event eine einzigartige Gelegenheit, sich inspirieren zu lassen und wertvolle Kontakte zu knüpfen. Die SGMK freut sich darauf, viele Besucherinnen und Besucher an Bord begrüßen zu dürfen! Aktuelle Informationen rund um den Event finden Sie unter: www.beautyonthelake.ch

FOTO: ZSG

Das Programm in Kürze

12.00 Uhr

Stegöffnung Zürich Bürkliplatz
mit Welcome-Cüpli

13.00 Uhr

Abfahrt der „Helvetia“ mit Route Zürich – Küsnacht
– Meilen – Halbinsel Au – Richterswil – Insel Ufenau
– Stäfa – Horgen – Thalwil – Zürich

16.15 bis 18.00 Uhr

Exklusiver Steh-Lunch auf dem Sonnendeck
der „Helvetia“

17.00 bis 18.00 Uhr

Anlegen und Ausstieg am Zürich Bürkliplatz

Ticketpreise
SGMK-Mitglieder CHF 40.–
Nichtmitglieder CHF 80.–

AUSSTELLER

4oGRAD
Aesthetic Bedarf
Alma Lasers
AveneX®
CDP Swiss
Coboma
Dermavision
Dr. Niedermaier Pharma Switzerland
Jacqueline Piotaz Cosmetics
Jean-Pierre Rosselet Cosmetics
Lasarmed
Mavex
Maykosmetik Academy
Mila D'Opiz
MTR – Health & Spa
Musculus Cosmetics
Neovita Cosmetics Schweiz
NOON Aesthetics
Pure Swiss Aesthetics
Rosekin Cosmetics
SC-International
Schweizer Fachverband für
Permanent Make-up
Skeyndor Swiss
Swiss Beauty Point
Swiss medSpa
Toskani
V-Skin Medical Beauty
Zimmer AestheticDivision
Special-Guest:
Swissmedic

Social Media

WAS GEHT AUF UNSEREN KANÄLEN?

JA, LIKE MICH DOCH!



BEAUTY_FORUM_CH

UMFRAGE

Auf INSTAGRAM zum Dossier: Inner Beauty

62%

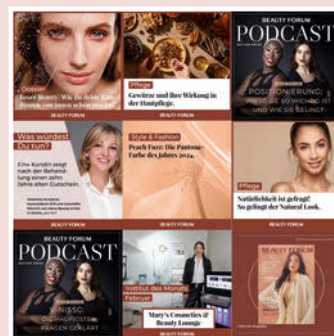
beraten zum Thema innere Schönheit.

75%

der Kunden wünschen sich ganzheitliche Beauty-Konzepte.

100%

glauben, dass innere und äussere Schönheit zusammenhängen.



SPRUCH DES MONATS

„SHINE IS MY FAVOURITE COLOUR!

FOLLOW US

3.424



BEAUTY FORUM SCHWEIZ

Kommentiert unter diesem Bild



FACEBOOK: Wie integrierst du die neue Trendfarbe „Peach Fuzz“ in deinen Alltag?



BEAUTY_FORUM_CH

Inner Beauty

Schönheit von innen und aussen

INSTAGRAM: Immer mehr Menschen wird bewusst, dass Schönheit ein holistisches Konzept ist. Schön bedeutet nicht nur, im Aussen gepflegt und attraktiv zu sein, sondern umfasst auch eine positive, innere Einstellung, einen gesunden Lebensstil und eine ausgewogene Ernährung. Kundinnen, die zu dir in das Kosmetikinstitut kommen, befinden sich bereits auf ihrem Weg zur besten Version ihrer selbst, in dem sie ihre Haut hegen und pflegen. Doch wie kannst du als Kosmetikerin deine Kundinnen auch bei mehr „inner Beauty“ unterstützen? Das erfährst du im Dossier der Februar-Ausgabe!



FOTO: KIRA YAN; BEAUTY HERO/SHUTTERSTOCK.COM

AUS DEN UNTERNEHMEN

BRANCHEN-NEWS



Teure Zeiten

Die Krankenkassenprämien steigen, der Strom wird teurer, der hypothekarische Referenzzinssatz wurde im Dezember 2023 nochmals erhöht, und im vergangenen Jahr haben die Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkauf die Teuerung im Portemonnaie gespürt. Nun erhöht sich 2024 auch noch die Mehrwertsteuer (MwSt). Was bedeutet das für die Kosmetikbranche und die Betriebe, wenn alles teurer wird?

Oft sind Kosmetikerinnen eher verhalten, wenn es um Preisanpassungen bei ihren Angeboten geht. Die Angst, Kundschaft zu verlieren, ist allgegenwärtig. Nur was ist die Konsequenz, wenn die Preise nicht den realen Kosten angepasst werden? Am Ende des Tages geht es nicht mehr auf, und die finanziellen Probleme sind vorprogrammiert. Eine Preisanpassung bei einer Erhöhung der MwSt. ist für alle unumgänglich. Auch die aktuelle Kostensituation muss bei der Preiskalkulation immer mitberücksichtigt werden.

Nur, wie gehe ich vor, wenn ich die Preise anpassen muss?

- Da Sie kein Geld verschenken können, benötigen Sie den passenden Preis!
- Dieser wird nicht nur anhand einer Vollkostenrechnung definiert, die sicher wichtig und die Basis für die Preisgestaltung ist.
- Auch eine Marktrecherche ist wichtig, um den passenden Preis zu kalkulieren.

Dieser Marktcheck könnte folgendermassen aussehen:

- Gibt es ähnliche Angebote im Umkreis meines Geschäfts? Wo liegt der Unterschied zu meinem Angebot und ist die-

ser ein echter Mehrwert für meine Kunden? Auch sollte man sich fragen, ob man als Kunde deshalb einen Aufpreis zahlen würde und wie hoch dieser ausfallen darf.

- Wichtig ist zudem, dass Sie sich mit Ihren Preisen identifizieren können (gutes Bauchgefühl).
- Nachdem Sie alle Faktoren berücksichtigt haben, erhalten Sie das Ergebnis von einem Tages- beziehungsweise Stundensatz. Diesen können Sie als Mindestwert einsetzen. Sie können einen höheren Preis als den kalkulierten verlangen, wenn sich dieser rechtfertigen lässt. Ein tieferer Preis als der kalkulierte würde Ihre unternehmerischen Ziele gefährden.
- Unterm Strich müssen alle Kosten mit Ihrem Umsatz gedeckt werden und vorzugsweise auch Geld für Rückstellungen vorhanden sein.

Wie sage ich es meinen Kunden?

- Kündigen Sie die Preiserhöhung an, beispielsweise per Brief oder E-Mail. Auch wenn Sie es nicht müssen, sollten Sie es unbedingt tun. Allein aus Fairnessgründen und um bei Kunden eine höhere Akzeptanz zu erzielen und damit zu vermeiden, Ihre Kunden zu verärgern.
- Verwenden Sie eine freundliche, positive und selbstbewusste Formulierung.
- Das Anschreiben sollte nicht zu lang und die Preiserhöhung nachvollziehbar begründet sein. Informieren Sie auch darüber, ab wann die neuen Preise gelten.
- Informieren Sie frühzeitig, damit sich Ihre Kundschaft auf die neuen Preise einstellen kann.

Der SFK wünscht Ihnen viel Erfolg!

WAS GIBT ES NEUES ...



Auf Expansionskurs

Reviderm baut seine Reichweite mit drei neuen Ländermärkten weiter aus: In den vergangenen Monaten wurden Lettland, Peru und Vietnam Teil der Markenfamilie. In Lettland ist SIA Skincare exklusiver Vertriebspartner, der auf umfangreiche Erfahrungen im Bereich der professionellen Hautpflege zurückgreifen kann. Als erstes Exportland in Südamerika ist MARG PERÙ SAC als exklusiver Vertriebspartner in Lima Distributionspartner. Und in Vietnam setzt Inhaber und Dermatologe Dr. Quang als Vertriebspartner auf seinen ausgeprägten Unternehmertegeist. www.reviderm.com



Event für Fussprofis

Fusspflegeprofis und Podologen kommen am Samstag, den 4. Mai voll auf ihre Kosten: Beim 16. internationalen Fussfachtag der Simon Keller AG erwartet die Gäste ein vielseitiges Programm und namhafte Dozenten. Zu den Eventhighlights zählen die Fachvorträge der Speaker, zu denen unter anderen Dr. med. Hans Brunner, Facharzt Chirurgie FMH und Fachspezialist für den diabetischen Fuss, sowie PD Dr. med. Monika Horisberger, Teamleiterin der Fusschirurgie am Universitätsspital Basel, zählen. Von 8.00 bis 17.00 Uhr findet der Event auf dem Firmengelände in Burgdorf statt. Die Tickets sind auf 150 Stück limitiert und können über die Webseite gekauft werden. www.simonkeller.com



Die aktuelle „Best of Beauty“-Gewinnerin: Claudia Hoffmann.

VERDIENT GEWONNEN!

Eine herzliche Gratulation geht an Claudia Hoffmann! Die Kosmetikerin ist die neue „Best of Beauty“-Gewinnerin von Belico. Mit einer Umsatzsteigerung um mehr als 6'000 Euro in zwölf Monaten durch den Zusatzverkauf von Produkten erhält sie einen Preis von 1'500 Euro zur Verschönerung ihres Kosmetikinstituts „Kosmetikstudio Claudia Hoffmann“ in Garstett. Mehr Informationen zum Erfolgswettbewerb sowie zu Produkten und Konzepten finden Sie auf der Website: www.belico.de



Bioseifen boomen

Laut einer aktuellen Studie des Marktforschungsunternehmens Technavio soll der weltweite Markt für Bioseifen bis 2027 jährlich im Schnitt 7,18 Prozent auf 145,15 Millionen US-Dollar anwachsen. Grund dafür seien den Analysten zufolge Faktoren wie die natürlichen Inhaltsstoffe, vegane Formulierungen und nachhaltige Verpackungen. Zu den stärksten Marktregionen zählen die Marktforscher Asien-Pazifik und Nordamerika. Der Trend sei so gross, dass selbst Handelsmarken vermehrt Seifen mit Formulierungen, frei von Gentechnik, Parabenen, Sulfaten und Phthalaten, anbieten. Eine Schwierigkeit gilt es laut der Forscher jedoch zu meistern, um das vorausgesagte Wachstum aufrechtzuhalten: Im Vergleich zu synthetischen Produktvarianten verfügen Bioseifen nur über eine kurze Haltbarkeit. Quelle: Cosmetic Business

... AUS DER BRANCHE?



Neueröffnung in Zürich

Die plastisch-chirurgische Praxis Metropolitan Aesthetics Berlin hat jetzt auch einen Standort in der Schweiz – die Metropolitan Clinic Zürich. In den modernen Räumen des Palais Kraft bieten die Schönheitsexpertinnen und -experten alles aus einer Hand, von der kosmetischen Behandlung bis hin zum Facelift. Im Jahr 2023 beschlossen Dr. med. Sophia Bethge und ihre Kollegen Dr. med. Christian Roessing und Dr. med. Volker Rippmann, einen Ableger der erfolgreichen Berliner Praxisklinik in der Schweiz zu etablieren. Das eingespielte Ärzteteam blickt auf eine langjährige Erfahrung in allen Bereichen der Ästhetik zurück.

www.metropolitan-clinic.ch



Neue Marke im Portfolio

L'Adresse Systems GmbH ist seit 1. Januar 2024 der exklusive Distributor der spanischen Kosmetikmarke „The Beauty of Caring – µAlgae Biotech Skincare“ für die Gesamtschweiz.

Die Schweiz ist das erste Land in Europa, ausserhalb Spaniens, in dem die Marke in führenden Fachgeschäften, Parfümerien, Drogerien, Apotheken, Medical Centers, Schönheitskliniken und Leading SPAs erhältlich sein wird. Die Marke basiert auf der Biotechnologie im Bereich der Mikroalgenenzyme. Die Formulierungen der Naturkosmetikprodukte sind fast immer zu 100 Prozent natürlichen Ursprungs. Auch die Lieferanten und Verpackungsmaterialien werden anhand von Nachhaltigkeitskriterien ausgewählt. Nicole Martin, Inhaberin & CEO von L'Adresse Systems GmbH, freut sich über den Zugang der spanischen Premium-Hautpflegemarke und die erfolgreiche Markteinführung.

www.l-adresse.ch

”

3 Fragen an...

NADIA EL KAMEL,
GESCHÄFTSFÜHRERIN UND SCHULLEITUNG ARCOS
INTERNATIONALE KOSMETIKFACHSCHULE

BEAUTY FORUM: Frau El Kamel, welche Tätigkeiten in Ihrer neuen Position als Geschäftsführerin der Arcos Internationale Kosmetikfachschule bereiten Ihnen am meisten Freude?



Nadia El Kamel: Ich kann meine über 30-jährige Erfahrung in der Beauty-Branche täglich voll und ganz ausleben und umsetzen: ob im unternehmerischen Handeln, beim Unterrichten in der Theorie und Praxis sowie bei vielen anderen Tätigkeiten. Dadurch gestaltet sich jeder Tag aufs Neue vielfältig, lebendig und spannend.

Welche Ziele und Projekte werden Sie in Zukunft mit der Arcos verfolgen?

Ich möchte die Bedeutung des ganzheitlichen Ansatzes in dem wunderschönen Beruf der Kosmetikerin in den Fokus stellen und dazu neue interessante Weiterbildungen mit dem holistischen Ansatz im Kontext der Salutogenese anbieten. Innere und äussere Schönheit bedürfen vieler gesundheitlicher Ressourcen im individuellen Lifestyle. Mit dieser zielgerichteten Organisationsentwicklung werden die Kosmetikerinnen und Kosmetiker dazu ausgebildet, die individuelle Schönheit der Kundinnen und Kunden mit deren Gesundheitsaspekten zu verknüpfen.

Was wünschen Sie sich für die Schweizer Kosmetikbranche?

Die gesamte Beauty- und Gesundheitsbranche darf mutiger werden und enger zusammenarbeiten. Es dürfen neue Konzepte mit Expertinnen und Experten entstehen. Stellen Sie sich ein holistisches Zentrum vor, in dem Beauty- und Gesundheitsbranchen inter-, intra- und transdisziplinär das Empowerment für Schönheit und Gesundheit der Menschen fördern und unterstützen. Mit ausreichendem Mut, Neugierde, Pioniergeist und konstruktivem Miteinander der einzelnen Profis lassen sich mit Sicherheit neue Konzepte generieren für die Zufriedenheit und das Wohl aller Akteurinnen und Akteure.

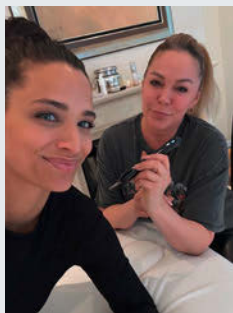
BRANCHEN-UPDATE



Künstler Cevin Parker beim Babor-Event „Welcome to Dreamland“ in Miami.

Willkommen in der Traumwelt

Ende des Jahres 2023 feierte die deutsche Hautpflegemarke Babor während der Art Basel in Miami die Symbiose von Kunst und Schönheit. Der Einladung gefolgt waren Stars und Sternchen, unter anderem Model und Schauspielerin Karolina Kurkova und Model Lena Gercke. Anlass des „Welcome to Dreamland“-Events war der Launch gemeinsam mit Künstler Cevin Parker. Das Packaging der Special Edition mit dem Namen „The Art of Beauty“ ziert eines der Kunstwerke Cevin Parkers. Enthalten sind 14 Ampullen.
ch.babor.com



Von links: Amira Pocher und Kathrin Henning, Founder und Herstellerin von CC Eye.

Promi zu Gast

Anfang Februar empfing das Kosmetikinstitut „Beauty Area“ in Dübendorf Besuch von der österreichischen Moderatorin und Podcasterin Amira Pocher. Um für eine frische, wache Augenpartie ohne dunkle Schatten zu sorgen,

wählte der junge Star eine neue Behandlung aus dem Portfolio von Francesca Pisani, Kosmetikerin EFZ und Geschäftsführerin der „Beauty Area“: die schmerzfreie CC-Eye-Behandlung.

www.beautyarea.ch

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.



Geräte-Boom in China

Im Reich der Mitte werden apparative Geräte zur Hautbildverschönerung immer beliebter. Eine Untersuchung von Euromonitor International hat ergeben, dass der chinesische Markt für kleine Geräte zur Körperpflege über die vergangenen fünf Jahre um durchschnittlich 4,8 Prozent auf heute 5,6 Milliarden US-Dollar angestiegen ist. Ob zur Hautreinigung, zur Behandlung von Akne oder zur Aufhellung der Haut – die Devices erfahren laut den Marktforschern ein rasantes Wachstum. Die Nachfrage liege dabei über dem globalen Durchschnitt. Besonders beliebt bei den chinesischen Verbraucherinnen und Verbrauchern sind Geräte, die in Kombination mit Hautpflegeprodukten angewendet werden. So haben verschiedene Marken Sets entwickelt, die ein Gerät mit passenden Pflegeprodukten kombinieren. Und einen weiteren Trend haben die Marktforscher identifiziert: Apps zum Individualisieren besagter Geräte. Mit einer visuellen Hautanalyse können einige Geräte über mobile Apps Funktionen auf die jeweiligen Anwender individuell anpassen. Auf Basis der App-Auswertung können die Benutzerinnen und Benutzer das Behandlungsprogramm individuell anpassen.

Ab 1. April 2024 wird es nach Einschätzung der Marktforscher zu einigen Verschiebungen auf Chinas Markt für Beauty Devices kommen. Denn ab dann treten Richtlinien in Kraft, die Hochfrequenzgeräte als Medizinprodukte der höchsten Risikoklasse einstufen. Devices, die keine Registrierung als Medizinprodukt vorweisen können, dürfen dann nicht mehr importiert oder verkauft werden.

Quelle: Cosmetic Business



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 ...



**MICHEL
BRONNER**

ist seit 2023 Zukunftsgestalter und Mitinhaber des Schweizer Kosmetikdistributors Musculus Cosmetics, der im Jahr 1989 gegründet wurde.

1

WAS MACHEN SIE, WENN SIE FREIHABEN?

Je nach Betrachtungsweise habe ich nie frei oder arbeite nie. Bei mir als Unternehmer vermischst sich alles, und ich liebe, was ich tue. Wenn ich nicht im Büro bin, dann mag ich tolles Essen und guten Wein und verbringe Zeit mit interessanten Menschen.

3

Was tun Sie, um zu entspannen?

Ich versuche zu meditieren, aber da ich immer auf Trab bin, habe ich mich auch schon dabei ertappt, dass die geführte Meditation auf 1,5-facher Geschwindigkeit lief, was, glaube ich, nicht die Idee ist ...;) Ich bin der „On“-/„Off“-Typ. Urlaub heisst bei mir „off“, dann schaue ich keine E-Mails an, erhalte keine Anrufe aus den Büros. Dann lese ich, liege einfach mal da, mache Sport und entdecke die Kulinarik. Zudem schlafe ich zum Glück immer gut und lange, das soll ja die beste Erholung sein.

2

Was ist Ihr liebstes Reiseziel und warum?

Kapstadt – ich liebe diese Region von Südafrika. Die Natur, die Menschen die tolle Gastronomie und vieles mehr mag ich sehr gerne. Ich plane schon länger, wieder für ein zwei Monate in Kapstadt zu sein und auch von dort aus zu arbeiten. Aber Musculus kam dazwischen ... ;)



4

WIE HALTEN SIE SICH FIT UND HEALTHY?

Damit sich mein Gourmet-Hobby nicht zu sehr auf den Hüften bemerkbar macht, betreibe ich Crossfit oder laufe im Wald mit Bella, einer befreundeten Havaneserin, die mich gerne begleitet.

KLANG HAT KRAFT

Während Lärm zu Stress führen kann, sorgen angenehme Klänge für Entspannung und Ruhe. Das Soundhealing beschäftigt sich daher mit der heilenden Wirkung von Klängen.

Expertin Deborah Selinger führt Sie in die Welt der wohltuenden Soundbaths ein.

Teil 2:
Soundhealing
integriert in
Kosmetik-
behandlungen



Wie klingt Ihr Alltag? Welche Geräusche, Lärm und Klänge nehmen Sie bewusst wahr, was sind nur noch Hintergrundgeräusche? Wann nahmen Sie das letzte Mal Stille wahr? Und wie hört sich Stille im Inneren an? Wie hängt der Alltagslärm mit unserem Stresslevel zusammen? Auf diese Fragen gibt Soundhealing eine Antwort. Stille kreieren. Hinhören. Durchatmen. Stress abbauen. Seit einiger Zeit wird das Thema Soundhealing immer beliebter. Was man unter der Klangtherapie versteht und wie Sie die Kraft der Klänge für sich einsetzen können, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Wir beleuchten die Unterschiede zwischen Soundhealing und Soundbaths und erklären, wie Sie Klang für eine Auszeit im Alltag nutzen können.

WAS IST SOUNDHEALING?

Soundhealing ist eine ganzheitliche Therapieform, die Klang und Schwingungen nutzt, um Entspannung, Stressabbau und Ausgeglichenheit zu fördern. Diese Schwingungen wirken auf Körper, Geist und Seele und verhelfen somit auf tiefen Ebenen zur Entspannung, Auflösung und zu innerer Balance und rufen ein ganzheitliches Wohlbefinden hervor. Mit Klanginstrumenten wie Kristallklangschaalen, Himalaja-Klangschaalen oder Stimmgabeln werden harmonische Klänge erzeugt, die den Lärm des Alltags vergessen lassen.

FOTO: ALESSIA SCHÖNBERGER

Jedes Instrument wird sorgfältig ausgewählt, um eine harmonische Atmosphäre zu schaffen.

Stellen Sie sich das Gefühl von tiefer Entspannung vor, das Sie erfahren, wenn Sie nach einem langen Tag eine heisse Badewanne geniessen und Ihre Spannungen des Tages abgespült werden. Die Wärme dringt tief in die Muskeln ein, löst Verspannungen und lässt den Körper weich werden. Das Gefühl von Geborgenheit breitet sich in Ihnen aus, und das Plätschern des Wassers beruhigt Ihre Sinne. Ein angenehmes Geräusch, das die Gedanken sanft zur Ruhe bringt. Es ist ein Moment der Selbstfürsorge und des Loslassens, bei dem man sich ganz auf sich selbst konzentrieren und den Blick nach innen richten kann.

Ein Soundhealing, auch Soundbath genannt, fühlt sich sehr ähnlich an. Es ist eine Ganzkörpererfahrung von beruhigenden Schwingungen durch Klänge. Der Begriff Soundbathing ist mehr eine Metapher. Da unser Körper zu circa 75 Prozent aus Wasser besteht, werden die Schwingungen in unseren Körper getragen, und eine neue Ordnung darf entstehen. Bildlich können Sie sich dies so vorstellen, wie wenn ein Stein kleine Wellen auf dem Wasser erzeugt. Dement-

sprechend nehmen wir nicht nur die angenehmen Klänge durch unser Gehör wahr, die Schwingungen bewirken auch eine sanfte, aber kraftvolle Regeneration von Geist und Körper.

URSPRUNG

In der Geschichte des Klangs ist bekannt, dass sich verschiedene Hochkulturen schon 24'000 Jahre v. Chr. mit Klang als Heilmittel befasst haben. Dazu wurden beispielsweise in Afrika Wandmalereien gefunden. In der Gesundheitslehre des Ayurveda wird ausführlich beschrieben, wie Musik und Klänge Heilung bewirken können. Auch die Ägypter praktizierten Heilung durch Klang, die Pyramiden wurden so gebaut, dass Klangräume entstanden.

In Tibet, Nepal und bei den Maya-Völkern wurden Klänge als Heilkunst angewendet. Sogar im europäischen Raum beschäftigte sich Hildegard von Bingen mit der heilenden Wirkung von Klängen. Heutzutage erleben wir eine Wiederentdeckung der heilenden Klänge durch Praktiken wie Yoga und Meditation. Immer mehr Menschen erkennen die positive Auswirkung von Klangtherapie auf ihr körperliches, emotionales und spirituelles Wohlbefinden und integrieren sie in ihren Alltag.

SOUNDHEALING BENEFITS

Die geheime Kraft des Klangs ist keine Fantasie, sondern eine tatsächliche Möglichkeit, unser Wohlbefinden zu steigern und unsere Gesundheit zu unterstützen. Soundhealing bietet eine Brücke zwischen Wissenschaft und Spiritualität, die es uns ermöglicht, die tiefen Schichten unseres Seins zu erreichen und zu heilen. Studien haben gezeigt, dass Soundhealing dazu beitragen kann, Stress, Ängste, Schmerzen und Depressionen zu mildern.

Dies geschieht dadurch, dass die Klänge dem Körper helfen, aus dem Kampf-Flucht-Modus, der durch den für Stressreaktionen zuständigen Sympathikus gesteuert wird, in den Parasympathikus, den Ruhe-Verdauungs-Modus, zu kommen. Soundhealing beeinflusst dementsprechend unser Atem- und Nervensystem, sodass die Herzfrequenz und dadurch auch der Blutdruck gesenkt werden. In der Folge verlangsamt sich die Atmung, und die Verdauung sowie die Regeneration auf tiefster Zellebene werden angekurbelt. Auch der Schlaf verbessert sich. In unserer hektischen Zeit ist es enorm wichtig, in diesen entspannten Modus zu kommen, um ein Gleichgewicht unseres Nervensystems herzustellen.

Auf mentaler Ebene fördern die Klanginstrumente Klarheit und verbessern die Fokussierung. Ein klarer Geist und gesteigerte Aufmerksamkeit können mit regelmässigen Soundbaths erzielt werden. Ebenso können durch Soundhealing Emotionen auf sanfte Weise angesprochen werden und helfen, blockierte Energien freizusetzen. Dies ermöglicht eine tiefgreifende emotionale Befreiung und innere Balance.

Klangvolle Auszeit im Alltag

Um Ihre eigene Klangheilpraxis in Ihren Alltag zu integrieren, gibt es einige einfache, aber wirkungsvolle Schritte, die Sie unternehmen können. Geben Sie sich Zeit, um Ihre eigene Soundhealing-Praxis zu entwickeln. Die Wirkung von Klang zeigt sich über Regelmässigkeit und Zeit, sie darf sich vertiefen und verändern.

- 1. Raum für Stille:** Finden Sie einen ruhigen, ungestörten Raum und schaffen Sie bewusst Zeit für Stille. Schliessen Sie Ihre Augen und richten Sie den Fokus auf Ihr Gehör. Üben Sie das bewusste Zuhören.
- 2. Atemarbeit:** Verbinden Sie Ihren Geist und Körper indem Sie achtsam tief ein- und ausatmen. Nehmen Sie Ihren ganz eigenen Rhythmus wahr.
- 3. Klang:** Entscheiden Sie sich für ein oder mehrere Klanginstrumente, die Sie ansprechen und sich gut anfühlen. Dies können Klangschalen, Stimmgabeln, Windglocken oder sogar eine Trommel sein.
- 4. Eintauchen:** Spielen Sie Ihre Instrumente, so wie es sich gerade gut anfühlt. Lassen Sie sich von Ihrer Intuition leiten und versuchen Sie, den Kopf einmal auszuschalten. Seien Sie kreativ und experimentieren Sie mit Klängen.
- 5. Vertiefen:** Weiten Sie Ihr Verständnis für Soundhealing aus, indem Sie Bücher lesen, Online-Kurse besuchen oder an Workshops teilnehmen. Je mehr Sie wissen, desto effektiver können Sie Klang in Ihren Alltag integrieren.



Deborah Selinger

Die Autorin ist eine erfahrene Soundhealerin und die Gründerin von Salty Zone. In ihrem Studio im Zürcher Oberland bietet sie Einzel- und Gruppensitzungen im Bereich Soundhealing sowie umfassende Ausbildungen für Soundhealing an.

Das Waldbaden ist eine jahrtausendealte buddhistische Tradition. In Japan ist das Shinrin-Yoku schon seit über 40 Jahren eine anerkannte Therapieform. Seit einiger Zeit wird die bewusst erlebte Zeit im Wald auch im Westen erforscht und immer mehr geschätzt.

Fit & healthy
SERIE, TEIL 2: WALDBADEN

TU'S FÜR DICH!

Nur wer auf den eigenen Körper hört, sich pflegt und auf die Gesundheit achtet, kann auch anderen Menschen dabei helfen, sich wohl, gesund und fit zu fühlen. Darum finden Sie in unserer neuen Serie Tipps und Anregungen rund um die Themen Bewegung, Ernährung, Fitness, Gesundheit und Wohlbefinden – zum Selbstaushüben und zum Weitergeben!

ENTSPANNUNG IM WALD

Waldbaden hat in den vergangenen Jahren immer mehr an Aufmerksamkeit und Beliebtheit gewonnen. Das bewusste Spazieren im Wald ist eine jahrtausendealte buddhistische Tradition, die als Shinrin-Yoku bekannt ist. Vor über 40 Jahren wurde diese Praktik bereits Teil des japanischen Gesundheitssystems. Das Besondere am Waldbaden ist der bewusst entsleunigte, stille und sinnesaktivierende Aufenthalt in der Natur, der frei von jeglicher Selbstoptimierung oder Leistungsfokussierung ist.

DIE VORTEILE AUF EINEN BLICK

- Wissenschaftliche Studien belegen verschiedene gesundheitsfördernde Effekte
- Die Ausschüttung der Stresshormone Kortisol und Adrenalin sinkt
- Der Blutdruck und der Puls verringern sich
- Die Muskelanspannung sinkt
- Die Herzratenvariabilität verbessert sich
- Die Schlafqualität erhöht sich
- Stärkung des Immunsystems und Aktivierung natürlicher Killerzellen

ES LIEGT WAS IN DER LUFT

Die Forschung vermutet, dass Terpene eine massgebliche Rolle in der wohltuenden Wirkung des Waldbadens spielen. Terpene sind eine Gruppe von rund 8'000 verschiedenen Duftstoffen, die besonders in den ätherischen Ölen von Kiefern, Fichten und Tannen vorkommen. Bäume können durch diese würzig riechenden Verbindungen miteinander kommunizieren und sich so vor Insektenbefall warnen. Aber auch auf den Menschen haben sie eine Wirkung: Beim Waldspaziergang werden Terpene eingeatmet, die Hauptbestandteil der Waldaerosole sind. Traditionell werden terpenhaltige Pflanzenöle zur Behandlung verschiedener Krankheiten eingesetzt, ohne dass die genauen Wirkmechanismen der einzelnen bioaktiven Verbindungen bekannt sind.

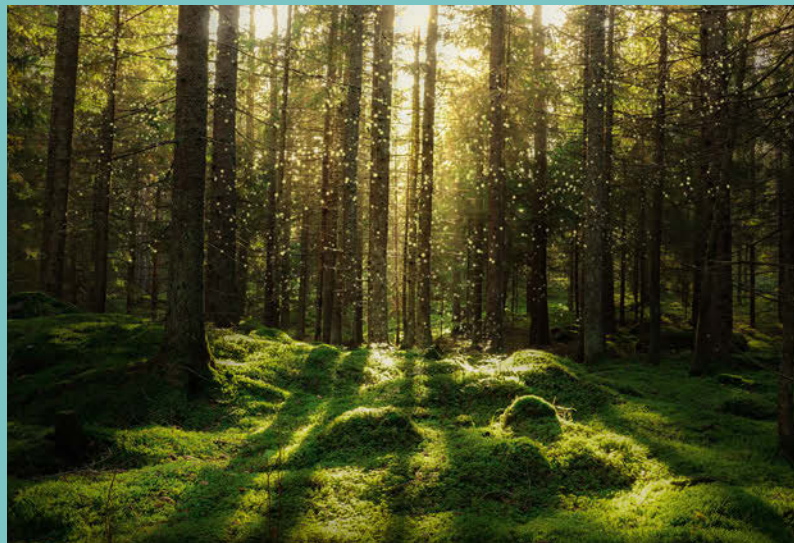
DAS SOLLTEN SIE BEACHTEN

Waldbaden ist kein Ersatz für sportliche Aktivitäten. Stattdessen stellt es eine ideale Ergänzung für einen gesunden Lebensstil dar. So sollten Sie möglichst immer auf eine Balance achten, die aktive Sporteinheiten (in der Natur) mit bewussten, ganzheitlichen Entspannungsmomenten beim Waldbaden verknüpft. So kann Waldbaden nicht nur zu einer Methode des Stressmanagements, sondern auch zu einer effizienten Präventionsmethode für Stressfolgeerkrankungen werden.

IN DEN NÄCHSTEN AUSGABEN zeigen wir Ihnen unter anderem diese Trendthemen in Sachen fit & healthy:

- Atemübungen
- Juicing

Es ist wissenschaftlich erwiesen, dass das Waldbaden viele positive Effekte auf die Gesundheit hat. Ein Ersatz für sportliche Aktivitäten ist das bewusste Entspannen im Wald jedoch nicht.



LIEBLINGSFARBEN

Von sanft bis knallig

Frische, lebendige, aber auch sanfte Farben stehen in dieser Frühjahrs- und Sommersaison im Fokus. Während die Pantonefarbe des Jahres 2024 – Peach Fuzz – Wärme und Geborgenheit schaffen soll, wirken beerige Nuancen stark und selbstbewusst. Auch Gelb und Blau begleiten uns in diesem Sommer und beschwören ein Gefühl der Unbeschwertheit herauf.





1

2



Mutiges Pink oder zartes Rosa?

Ob Ihre Kundinnen es lieber intensiv und knallig mögen oder sich für dezentere Rosatöne entscheiden – beides ist in diesem Sommer voll im Trend! Klar, denn feminine Beeren- und Pinktöne schmeicheln immer!



3



4



5



6



7



8



9

1 Malu Wilz Beauté Lip Oil „Smoother Kiss“ in den Farben „Neutral Elegance“ und „A Touch of Red“. **2 Artdeco** „Hot Chili Lip Booster“ in der neuen Nuance „berry chili N°4“. **3 OPI** „On Another Level“: eine leuchtend pinke Nuance aus dem „Infinite Shine“-Sortiment. **4 Orly** Nagellack in „Wistful Waterlily“, einem zarten Rosa. **5 Artdeco** Zwei neue Nuancen des „Art Couture Nail Lacquer“: der Beerenton „must wear N°714“ und der roséstichige Nude-Ton „hip teens N°783“. **6 arabesque** Pflegender „Chubby Lipstick“ in „Lovely Sunset“. **7 Babor** „Breakfast with Audrey“: ein rosiger Lippenstift aus der „Eternal Grace“-Kollektion. **8 Artdeco** Zwei Rouge-Nuancen, vereint in der veganen „Blush-Couture“-Box. **9 Nee Make-up** Flüssiger Lippenstift mit Gloss „Double Lips matte & shine“ in „Rome Collosseum – Beige Arrone Nr. 511“.



10



11



12

Saftiges Apricot oder warmes Sandgold?

Beides, bitte! Mit der Pantonefarbe „Peach Fuzz“ als Farbe des Jahres 2024 geben Pfirsichtöne jetzt selbstredend den Ton an. Aber auch Apricot-Nuancen mit mehr Goldanteil sehen auf gebräunter Haut einfach wunderschön aus.



14



13



15

10 Dr. Belter Lip Trio für Pfirsich-Lippen: „24/7 liquid liner – lip in „nude peach“, lip definer in „brown sugar“ und glossy lip finish in „sunset“ **11 Kryolan** Wisch- und wasserfester Gel Lipliner in „Lucious Lychee“ **12 Sothys** Pflegendes „Lip Gloss Öl“ in der Nuance „orange acidulé“ **13 Artdeco** Lid Schatten „pearly style queen“ **14 Beni Durrer** Lidschattenpalette mit vier Tönen in Matt und Schimmernd, inklusive der Apricot-Nuance „Plüsch“ **15 Maria Galland Paris** Feuchtigkeitsspendender „824 Radiance Blush“ mit samtiger Textur **16 OPI** Infinite Shine Nagellack in „Carrots“, einem cremigen Orange **17 Orly** Metallic-Nagellack „Golden Waves“ aus der „Aqua Aura“-Kollektion **18 arabesque** „Chubby Lipstick“ in „Summer Coral“

16



17



18





1

Spritzige Zitrone oder softes Beige?

Gelbtöne sind in dieser Frühjahrs- und Sommersaison ein grosser Trend. Auch hier lässt sich die Intensität individuell abstimmen: Wer ein Statement setzen will, greift zu Zitronengelb, wer es softer mag, wählt eine zarte pastellige Variante.



2



3



4



5



6



7



8



9

1 arabesque Eyeshadow Palette „Enjoy your Beauty“ mit vier Pastelltönen **2 Artdeco** Lid-schatten „pearly copper brown“ und „pearly incrowd“ **3 Sothys** „Crayon duo yeux“ mit cremiger Textur und zwei Farben **4 Artdeco** Wisch- und wasserfester „High Performance Eyeshadow Stylo“ in „mat beige“ **5 arabesque** Neutraler, matter, „Eyeshadow Primer“ **6 Sothys** „Poudre bronzante élat“ mit sonnigem Duft **7 Orly** Zarter cremeweisser Nagellack „Sea Spray“ **8 OPI** „Infinite Shine“ Nagellack in der Farbe „Get in Lime“ **9 arabesque** „Silky Loose Powder“ mit kühlendem Effekt

Navy Blue oder Türkisblau?

Blaue Nuancen bieten eine grosse Vielfalt und können je nach Geschmack gestylt und geschminkt werden. Helle Blautöne wirken unbeschwert und sommerlich, dunkle, satte Nuancen elegant und sophisticated – was darf's bei Ihnen sein?

12



13



14



10



11



15



16



17



18



10 Malu Wilz Beauté Feuchtigkeitspendendes Lippenöl „Cloud-Seven-Malu“ **11 Artdeco** „Length & Volume Mascara“ in hellem Jeansblau „powder blue“ N°05“ **12 OPI** „First Class Tix“: ein Nagellack in Türkisblau **13 Artdeco** Changierender Nagellack in der Nuance „blue jeans N°806“ **14 Orly** „Ripple Effect“: Nagellack in gedecktem Blau **15 Artdeco** Schimmernder Lidschatten „pearly magic blue“ **16 Stagecolor** Hochpigmentierter Gel Eyeliner in „Navy Blue“ **17 Klapp** „Color & Care Cushion“, eine leichte Foundation mit Hyaluronsäure **18 Dr. Hauschka** Schenkt zarten Glow: „Illuminating Fluid“

Bezugsquellen

arabesque, über Musculus, www.musculus.ch | Artdeco, über www.deurocos.ch | Babor, www.babor.ch | Beni Durrer Beauty, www.benidurrer.com | Dr. Belter, www.dr-belter.de | Dr. Hauschka, über www.wala.ch | Klapp, über www.dobi.ch | Kryolan, über Coidro AG, www.kryolan.ch | Malu Wilz Beauté, über Musculus, www.musculus.ch | Maria Galland Paris, www.mariagalland.com | Nee Make-up, über Simon Keller, www.simonkeller.ch | OPI, über So Be Cosmetics SA / Wella SARL, www.opiswiss.ch | Orly, über Dobi, www.dobi.ch | Sothys, über Eurocosmetics SA, www.sothys.ch | Stagecolor, über www.jp-rosselet.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
Heiligkreuzstrasse 12 A, 9008 St. Gallen
Tel. +41 71 250 19 19
wolf@arcosakademie.ch, www.arcosakademie.ch

■ Zürich

Maria Schweizer AG

Fachschule für Kosmetik

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 regelmässige Workshops und Masterclasses.
Aarberggasse 36, 3011 Bern
Tel. 031 312 20 00
mail@blend-academy.ch
www.blend-academy.ch

faces Fachschule für Kosmetik academy of make-up

Professionelle Aus- und Weiterbildungen mit Diplomabschluss für Ihren Erfolg in der Beauty-Branche, all in one. KosmetikerIn, Make-up-Artist/ VisagistIn, Permanent Make-up, Naildesign, Hairstyling, MasseurIn, Lash Extensions, Lash Lifting, Med. Kosmetik (Plasma Corrector, Nano-/ Micro-Needling, LED-Therapie, Hyaluron-Filler).
Spitalgasse 28, 3011 Bern
Tel. 031 312 18 00
info@faces-kosmetikschule.ch
www.faces-kosmetikschule.ch

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-OLYGEL
- 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 Cadonin
Rue du Midi 17
1800 Vevey
Tel. +41 78 661 09 37
ccadonin@3cconseil.ch
www.koloristika.ch

VERBÄNDE



Schweizer Fachverband für Kosmetik
Bernstrasse-West 64, 5034 Suhr, Tel. 062 822 01 33
info@sfkinfo.ch, www.sfkinfo.ch



Der schweizerische Fusspflegeverband
Wisacherstrasse 2a, 8182 Hochfelden, Tel.: 0840 088 088,
info@fusspflegeverband.ch, www.fusspflegeverband.ch



Schweizer Fachverband für Permanent Make Up (PMU)
Sternenweg 1, 8617 Mönchaltorf, Tel. 079 859 86 05
info@permanentmakeup-verband.ch, www.permanentmakeup-verband.ch



Berufsverband Fusspflege Schweiz – BVFS
Der Schlüssel zur Professionalität
Gasterweg 5d, 8730 Uznach, Tel. 079 826 96 82
berufsverband-fusspflege@mail.ch, www.berufsverband-fusspflege.ch



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



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



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 MÄRZ

HOROSKOP

Tische (20.2. – 20.3.)

IM MITTELPUNKT DES STERNENZAUBERS:

Als momentaner Liebhaber der Sterne fühlen Sie sich nicht nur in Bestform, sondern sind auch gefragt denn je! Denn Ihre Sternen-Joker versorgen Sie mit Selbstbewusstsein, Kreativität, Durchhaltevermögen, Optimismus, Verantwortungsbewusstsein und viel Fantasie. Mit schlafwandlerischer Sicherheit finden Sie stets den für Sie besten Weg und verstehen es, bereits Erreichtes zu festigen und sich trotzdem auch für neue Chancen zu öffnen, die auf Sie warten. Ein weiteres Plus in diesem Monat ist Ihre Fähigkeit, andere für Ihre Ziele zu begeistern. Jetzt lohnen sich Marketingaktionen und Fortbildungen.



DAS LIEBES-SPECIAL FÜR DIE GEBURTSTAGSKINDER:

Ein Augenblick genügt und das Leben ist anders – heller, glitzernder und strahlender! Denn Amors Pfeile haben Sie wie ein Blitz ins Herz getroffen. In den kommenden Wochen könnte dieser Traum von einer Seelenverbindung wahr werden. Denn selten stand die Tür ins Land der Liebe so weit offen wie jetzt! Sie brauchen nur einzutreten und Sie selbst zu sein! Dank der positiven kosmischen Grosswetterlage verlieren alte Ängste ihre Kraft, während Ihr Selbstvertrauen wächst. Sollten Sie bereits Ihren Mr. Right gefunden haben, machen sich Amor und Fortuna natürlich auch stark für Ihr Liebesleben!

♊ Widder (21.3. – 20.4.):

Unter Mars im Wassermann legen Sie nicht nur ein hohes Tempo vor, sondern arbeiten auch sehr gerne im Team! Überhaupt erstrahlt Ihr Karriere Stern von Woche zu Woche heller. Ab dem 21.3. eröffnet Ihnen Ihr Sonnen-Joker neue Perspektiven.

♌ Löwe (23.7. – 23.8.):

Im Moment fällt es Ihnen schwer, bei sich zu bleiben. Der Vergleich mit anderen bringt Sie nicht weiter und führt zu Unzufriedenheit. Machen Sie sich Ihre eigene Aussergewöhnlichkeit bewusst und nutzen Sie ab dem 11.3. Ihre geschäftstüchtige Merkurkraft.

♏ Schütze (23.11. – 21.12.):

Wenn Ihnen gerade nicht klar ist, was Sie wollen, liegt das an Minus-Neptun, der Sie dazu auffordert, innezuhalten und sich an Ihre Herzenswünsche zu erinnern. Vielleicht lässt sich einer umsetzen? Die nötige Tat- und Überzeugungskraft haben Sie dank Mars und Merkur.

♉ Stier (21.4. – 20.5.):

Vielleicht spüren Sie Ihre Konkurrenz deutlicher als sonst. Kein Grund, sich ausbremsen zu lassen! Dank Ihrer zahlreichen Sternen-Joker befinden Sie sich nämlich auf einem Erfolgslauf, dem eine Herausforderung nichts anhaben kann.

♍ Jungfrau (24.8. – 23.9.):

Trotz Jupiterbonus sollten Sie keine grösseren Karrierepläne schmieden. Der Kosmos signalisiert, dass Sie sich nicht so viel zutrauen und lieber im Hintergrund agieren. Vor allem Marketingaktionen sollten Sie lieber verschieben.

♑ Steinbock (22.12. – 20.1.):

Manchmal läuft alles wie von selbst. Das gilt aus kosmischer Sicht während der ersten zehn März tage. Ab dem 11.3. zeigt sich Minus-Merkur als Spielverderber. Lassen Sie sich nicht täuschen und hören Sie auf Ihre innere Stimme!

♊ Zwillinge (21.5. – 21.6.):

Die Neptun-Energien könnten im März für Verwirrung und Täuschung sorgen. Auch wenn Mars Ihre Begeisterung und Energie pusht – orientieren Sie sich am Machbaren. Verirren Sie sich nicht im Dickicht Ihrer Gefühle und vermeiden Sie grössere Anschaffungen.

♏ Waage (24.9. – 23.10.):

Jetzt dürfen Sie sich von Zögerlichkeiten verabschieden! Bis zum 23.3. bestimmt Mars, wo es lang geht. Der Powerplanet pusht Ihre Lebensgeister, macht wehrhaft und lässt Sie Neues wagen. Dabei ist es wichtig, dass Sie bei aller Spontanität nicht kopflos agieren.

♊ Wassermann (21.1. – 19.2.):

Im März bestimmt vor allem Mars, wo es lang geht! Mit dem Powerplaneten an Ihrer Seite sind Sie hoch motiviert, äusserst tatkräftig und sehr durchsetzungsstark. Zudem befinden Sie sich in einer starken Aufbruchsstimmung, in der Sie alles Neue begrüssen.

♋ Krebs (22.6. – 22.7.):

Jetzt wartet eine ganze Reihe guter Chancen auf Sie! Denn Sonne und Jupiter wirken kraftspendend und glücksbringend! Nun glänzen Sie mit Überzeugungskraft und Ideenreichtum und finden neue Lösungsansätze.

♏ Skorpion (24.10. – 22.11.):

Je besser es Ihnen gelingt, massvoll und angemessen zu agieren, desto erfolgreicher verläuft der März. Hüten Sie sich deshalb vor Übertreibungen und kopflosen Spontanaktionen. Sie müssen den Erfolg nicht suchen – er findet Sie!



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.ch

Frankreich
Health and Beauty
Marketing France SARL
5, Rue Geoffroy Marie
F-75009 Paris
Tel. +33 1 84 79 27 80
info@health-and-beauty.fr
www.beauty-forum.fr

Griechenland
Beauty Greece Tsirimokou O.E.
Vouliagmenis Ave 415 &
Ergaton Typou 2, 16346 Ilioupoli
GR-11710 Athen
Tel. +30 210 9010016
Fax +30 210 9016663
info@beautygreece.gr
www.beautygreece.gr

Italien
ZeroVenti, Loris Sparti
Via Valprato, 68, I-10155 Torino
Tel. +39 348 2247176
loris.sparti@zeroventi.com

Polen
Health and Beauty Media Sp.z.o.o.
ul. Kubickiego 9/3, PL-02-954 Warszawa
Tel. +48 22 858 79 55
Fax +48 22 858 79 53
malgorzata.szulc@health-and-beauty.pl
www.health-and-beauty.com.pl

Ungarn
Health and Beauty Business
Media Hungary Kft.
Hattyú utca. 14.8 et
H-1016 Budapest
Tel. +36 1 45 70 067
Fax +36 1 20 13 248
www.health-and-beauty.hu

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

Nachdruck (auch auszugsweise)
verboten. Vervielfältigungen jeder Art
bedürfen der schriftlichen Genehmigung
des Verlages. Fremdbeiträge, die mit
Namen des Verfassers gezeichnet sind, 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 Bebilderung der Fachartikel selbst
vorzunehmen.

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

NR. 04+05 ERSCHEINT AM 19. APRIL 2024

VORSCHAU



DOSSIER:

DER PERFEKTE RAHMEN:
LASHES & BROWS

Der Ausdruck unseres Gesichts wird massgeblich durch die Form und Farbe unserer Augenbrauen sowie die Augen selbst bestimmt. Es ist kein Wunder, dass Behandlungen wie Brow Lamination, Wimpernextensions oder auch Permanent Make-up für die Augenbrauen boomen. In der kommenden BEAUTY FORUM Ed. Swiss lesen Sie, auf welche Weise Sie die Augen Ihrer Kundinnen zum Strahlen bringen können.

DIY-
KOSMETIK

Kosmetik, die Selbstvertrauen
schenkt!

ALLES
OKAY?

Hautveränderungen erkennen
und behandeln.



ABO-HOTLINE:

Tel. 041 417 07 70

WERBEPARTNER IN DIESER AUSGABE

CNC Skincare GmbH.....	37
Health and Beauty Marketing Swiss GmbH.....	15, 19, 21
Jean-Pierre Rosselet Cosmetics AG	13
Lydia Dainow Suisse Cosmetic GmbH.....	9
Medical Beauty SkinRevolution GmbH.....	11
Reviderm Swiss AG	66, U3
Simon Keller AG.....	Beileger, U2
swissestetic AG	U4

Mitmachen GEWINNSPIEL



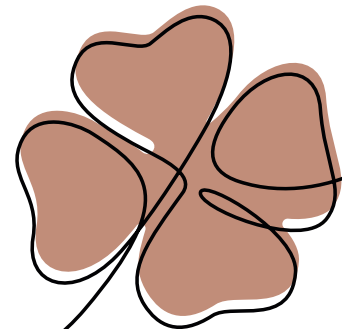
3 x 2 REVIDERM Produkte für den Sommer

Wir verlosen dreimal die beiden REVIDERM Produkte „after solar repair“ und „50 sun protect+“.
Jetzt mitmachen und gewinnen!

Einsendeschluss: 17. April 2024

Um zu gewinnen, müssen Sie nur diese drei Fragen richtig beantworten.
Die Antworten zu den unten stehenden Fragen finden Sie hier ganz in der Nähe...

1. Haare entfernt man dauerhaft mit?
 A Rasur
 B Waxing
 C Laserbehandlung
2. Der zodiac ist ein?
 A IPL Laser
 B Diodenlaser
 C Rasierer
3. Die Dermokosmetik von REVIDERM ist „made in“?
 A Spain
 B Germany
 C USA
 D Switzerland



SO NEHMEN SIE AM GEWINNSPIEL TEIL:

Schicken Sie eine E-Mail mit Stichwort „Gewinnspiel März“ an jaqueline.kramer@health-and-beauty.com, in der Sie Ihre Antworten auf die drei Fragen nennen.
Geben Sie die Webseite Ihres Kosmetikinstituts an sowie die Postadresse, an die wir den Preis senden dürfen, sollten Sie zu den glücklichen Gewinnern zählen. Die Gewinner werden nach Einsendeschluss per E-Mail informiert.

Mit der Teilnahme am Gewinnspiel stimmen Sie der Datenverarbeitung im Rahmen des Gewinnspiels zu. Die Gewinneradressen werden auch an unseren Gewinnspielpartner Reviderm Swiss AG weitergegeben. Bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Mitarbeiter der Health and Beauty Marketing Swiss GmbH sowie deren Angehörige sind von der Teilnahme ausgeschlossen.

Haarfrei
in max.
20 Minuten

zodiac

In Rekordzeit zur
dauerhaften Haar-
entfernung.

Effizient, Effektiv und schonend – eine neue
Ära der Haarentfernung:

- **Verkürzte Behandlungsdauer** durch kleine Impulse bei höherer Geschwindigkeit
- **Schnelle Behandlungszeit** durch Smooth Pulse Modus und XL-Handstück
- **Leistungsstark (bis zu 5.000 Watt)** durch höhere Eindringtiefe, zerstört auch tiefliegende Follikel langfristig
- **Schmerzfreie Behandlung** durch einzigartige 360-Grad-Kontaktkühlung

Leistung, die beeindruckt:

- Langlebige Zuverlässigkeit des Gerätes
- Langfristige Kostenersparnis
- Umfassende Schulungsmöglichkeiten in unserer REVIDERM academy
- REVIDERM Wartungsmobil kommt auch in Ihre Region



Gesicht



Achseln



Bikini



Beine



DERMOKOSMETIK

VERTRÄGLICH &
WIRKSAM

MADE IN GERMANY

C · T · R · U · E ·
A · R · E ·

Erfahren Sie mehr über die Zukunft der kosmetischen Haarentfernung mit dem zodiac. Vereinbaren Sie jetzt einen unverbindlichen Beratungstermin:
tel. +49 8104 8873 0, info@reviderm.com
www.reviderm.com/skintechnology/zodiac

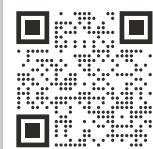


follow us!
[@revidermofficial](https://www.instagram.com/revidermofficial)



like us!
www.facebook.de/reviderm

Mehr erfahren:



hyaluron neck & decollete mask

Maske für Hals und Dekolleté



Natürliche Baumwolle
mit Hyaluronsäure, Matrixyl und Irisch Moos

- spendet Feuchtigkeit
- regeneriert und erfrischt
- sichtbare Anti-Aging Wirkung
- als Verkaufs- und Kabinengrösse erhältlich