

BEAUTY FORUM

BE INFORMED, BE INSPIRED, BE YOURSELF!

JETZT WIRD'S PERMANENT

PMU-TECHNIKEN FÜR PROFIS

DER LOOK FÜR MUTIGE

PERFEKTE ROTE LIPPEN

DOSSIER:

RAN AN DEN MANN

KOSMETIK FÜR IHN

EXPERT
line

EFFECT
line

ZERO
line

Mein *Beauty*
Moment

[®] *Belico*
DERMA CONCEPT

BTC BioTech Cosmetic AG
Stargarder Str. 11 | 33098 Paderborn | Freefon 0800 5005-315
BTB BioTech Beauty AG Swiss
Haldenstrasse 4 | 6006 Luzern | Freefon 0800 5005-15
BTB BioTech Beauty AG Austria
Sieveringer Str. 36/6 | 1190 Wien | Fon 01 890-3997

Erfahren Sie mehr unter
www.belico.de oder hier:

Hier Handy-Scan für
Sofortinfos!



Wann ist ein Mann EIN MANN?

Ja, das fragte schon der Sänger Herbert Grönemeyer in seinem Song aus den 80er-Jahren. Die Definition damals stimmt nicht mehr so ganz mit der heutigen überein. Damals war es jedenfalls noch nicht en vogue, dass Männer wie selbstverständlich in ein Kosmetikinstitut gehen, um sich um ihre Haut zu kümmern. Ganz zur Normalität gehört es zwar immer noch nicht, aber es werden immer mehr Männer Kunden bei Kosmetikerinnen. Und das ist auch gut so! Hautpflege soll schließlich keine Geschlechter diskriminieren! Also wenn die Männer sich trauen, können Sie genauso mutig sein und sich dieser lukrativen Zielgruppe öffnen. Schauen Sie mal rein in unser Dossier „Ran an den Mann“ ab Seite 58. Dort gibt es viele Profitipps für Ihr Angebot.

Dass Mut guttut beweist auch unser Style-Beitrag. Rote Lippen sind immer auch ein Statement, das sich nicht jede Frau zutraut, aber es lohnt sich, auch mal etwas zu wagen. Wie der Look mit roten Lippen speziell für Best-Ager-Kundinnen am besten funktioniert, lesen Sie ab Seite 78.

Und wie das Ganze dann auch permanent mit PMU-Techniken fixiert werden kann, finden Sie auf den Seiten 16 und 40.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß mit der neuen BEAUTY FORUM! Bleiben Sie gelassen und Sie selbst, was auch immer passiert.



Ihre

Maxi Goewe

Maxi Goewe
Chefredakteurin BEAUTY FORUM



Foto: Getty Images/Lilly Bloom

BEAUTY FORUM MÜNCHEN

28.+29. OKTOBER 2023 · MESSE MÜNCHEN, HALLEN C3, C4 & C5

5 EUR auf den Eintritt sparen – Ihr Rabattcode: BEAUTYFORUM2023

Und nur im Juli & August zusätzlich 5 EUR Extra-Sommerrabatt sichern!

Jetzt Ticket bestellen: www.beauty-fairs.de/muenchen

**5 EUR
Extra-
Sommer-
rabatt**

BEAUTY FORUM
MÜNCHEN by COSMOPROF

INHALT

AUGUST 2023

48

KUNDEN VERSTEHEN

Werbe-, Wahrnehmungs- und Verhaltenspsychologie

SKIN & BODYCARE CLASSICS

Pflege

- **6 3 Typen - 3 Treatments**
Anti-Aging-Behandlungen
- 12 Erkenntnisse aus der Zellbiologie**
Ist Schönheit eine Frage der Zellen?
- 16 Jetzt wird's permanent**
PMU-Methoden
- 19 Umfrage zu gebräunter Haut**
Serie: Beauty Facts
- 20 Digital vs. Direkt**
Die richtige Kundenkommunikation
- 23 Beauty & Spa Management**
Serie: CIDESCO-Diplom
- 24 Suchen, finden und binden!**
Langfristige Kundenbindung
- 28 Was würden Sie tun?**
Serie: Probleme im Institut
- 29 News**
- 30 Angiom**
Serie: Pfleg mich weg!
- 31 News**
- 32 Neue Behandlungen kalkulieren und bewerben**
Serie: Pflege dein Business
- 33 News**

Wellness

- 34 Ganz entspannt**
Ätherische Öle und Kalkulation für eine entspannende Behandlung

Hand & Nagel

- 36 Der Nail-Check, Teil 2**
Vorbereitung des Naturnagels

Fußpflege

- 38 Gicht in der Fußpflege**
Ursachen und Symptome

HIGH COMPETENCE

Apparative Kosmetik

- 40 PMU mit Promi-Faktor**
Beliebte Techniken und medizinische Einsatzbereiche
- 43 Testen Sie Ihr Wissen!**
Serie: NiSV-Fachwissen

Medical Beauty

- 44 Achtung: Aktinische Keratose**
Präventive Maßnahmen

47 Viele tun es, kaum einer redet darüber

Serie mit Podcast: Nicht anfasen, nur anschauen!

BUSINESS & COMMUNITY

- 48 Kundenverhalten verstehen**
Wissenswerte Aspekte aus der Werbe-, Wahrnehmungs- und Verhaltenspsychologie
- 53 Deine Business-Vision**
Serie mit Podcast: Starke Gespräche für starke Frauen
- 54 Beautys@work**
Visagistin Galina Schmidt, Kaufbeuren
- 57 News**

3 TREATMENTS FÜR 3 HAUTTYPEN
Unterschiedliche Hauttypen erfordern individuelle Behandlungen

6

1D

58

► DOSSIER

RAN AN DEN MANN

Kosmetik-Treatments für ihn

58 Intro

Treatments und Vermarktung für Männerkosmetik

60 Was Männer mögen

Produkte und Behandlungen

64 Was biete ich dem Mann an?

Maßgeschneiderte Konzepte

66 Praktisch muss es sein!

Beratung im Institut

68 Gerätekombis für Kerle

Apparatives für Männer

72 Männerkosmetik vermarkten

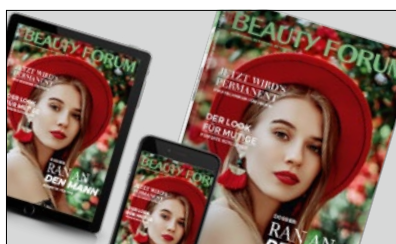
Kosmetik für Männer

74 Männer-Maniküre

Maskuline Hand- und Nagelpflege

75 Subtiler Effekt

Dekorative Kosmetik für den Mann



BEAUTY FORUM ist für euch jetzt auch als E-Paper erhältlich:
www.beauty-forum.com/magazine



RUHE FINDEN

Mit Autogenem Training entspannen

86

NATURAL & ORGANICS

Naturkosmetik

76 Altbewährt

Wirkstoff Johanniskrautöl

STYLE & FASHION

► 78 Mut tut gut!

Step-by-step knallige Farben für Best Ager

83 News

84 Fashion für den Mut-tut-gut-Look

Fashionburner

LIFESTYLE & SELFCARE

Psychologie & Mindset

86 Mehr Gelassenheit

Autogenes Training

Personality

90 Einfach leben

4 Fragen an Serena Goldenbaum

EVENT

92 BEAUTY FORUM MÜNCHEN

Austellungshallen, Kongresse und Vorträge

IN JEDER AUSGABE

3 Editorial

112 Inserentenverzeichnis/Impressum

113 Börse

120 Horoskop

121 Vorschau

122 Gewinnspiel



84

MUT-TUT-GUT-LOOK:

Fashion für einen selbstbewussten Auftritt

SKIN & BODYCARE CLASSICS PFLEGE



Fragt man bei Kunden nach, was sie sich unter einer angebotenen Anti-Aging-Behandlung bei der Kosmetikerin vorstellen, kommt fast immer „Reduzierung von Falten“. Aber da ist so viel mehr, was die Haut älter aussehen lässt, als sie ist. Unterschiedliche Hauttypen erfordern unterschiedliche Herangehensweisen, es gibt nicht die „eine“ Behandlung. Da können wir Kosmetikerinnen nur punkten mit unserem Fachwissen.

3 TYPEN – 3 TREATMENTS

Die Altersstruktur, in der die meisten Damen anfangen, sich öfter im Spiegel zu betrachten, ist bei circa 35 Jahren, und der 40. Geburtstag ist oft ein Wendepunkt in der Hautpflege. Spätestens da sind erste Alterserscheinungen zu sehen. Junge Frauen kommen oft wegen Pediküre oder Gesichtsenthaarung ins Kosmetikstudio, bei den meisten kommt früher oder später eine Frage zur Hautpflege, das kann man abwarten. Aller Anfang liegt in einer guten Augencreme, die natürlich auch die ersten Fältchen um die Mundpartie glatt pflegt, so unser Rat an die Kundin. Tür geöffnet, Kundin neugierig. Eine freundliche Bemerkung, dass man den Grundstein für eine schöne Haut für den Rest des Lebens immer jetzt legt, kann dann nur förderlich sein und weckt Interesse.

ANTI-AGING BEI UNREINER HAUT

Eine nicht mehr ganz junge Kundin, die immer schon mit unreiner Haut kämpft und noch keine Lösung nach vielem Ausprobieren von unterschiedlichsten Mittelchen gefunden hat, wird sich am experimentierfreudigsten in unsere Hände begeben. Meist hat sich nach Jahren einer fettig unreinen Haut eine handfeste Seborrhöe Sicca gebildet.

Außer den oben schon beschriebenen Augen- und Mundfältchen sind hier die klassischen Falten eher nicht das Hauptargument für eine Anti-Aging-Behandlung. Es gilt, der Kundin zu erklären, dass Pickelmale und daraus entstehende Pigmentflecken, Unterlagerungen, verbunden mit großer Austrocknung durch falsche Pflegeprodukte bei ihrer fettreichen Haut, zu einem ungleichmäßigen und älter

wirkenden Hautbild führen. Fältchen und Falten entstehen hier oft durch kleine Vernarbungen in der Tiefe der Haut durch vorausgegangene Entzündungen. Eine Fruchtsäurekur kann hier große Erfolge erzielen, je eher man damit beginnt, desto besser. Richtig angewandt (BHA beziehungsweise Salizylsäure), öffnet sie verkrustete Haut, löst Unterlagerungen und Talgpfropfen aus der Tiefe, hilft der Haut, ihr Zuviel an Talg und Sekret loszuwerden, und beugt neuen vor. Ein Pickel, der gar nicht erst entsteht, wird auch nicht zu einem pigmentierten Pickelmal oder zu einer Narbe. Die Kollagen- und Hyaluronsynthese werden angeregt und die Haut von innen nach außen verjüngt.

STARKER LIFTING-EFFEKT

Um bei diesem Hauttypen ein junges Erscheinungsbild zu erhalten, wird es



Kleine Falten können sich oft durch Vernarbungen bilden, die durch Akne oder unreine Haut entstanden sind.

FOTO: DIMID_86/SHUTTERSTOCK.COM

nach einer Fruchtsäurekur notwendig sein, mit einzelnen Fruchtsäurebehandlungen regelmäßig aufzufrischen. Wenn die Haut jetzt rein ist, kann auch wahlweise einmal eine Säure mit stärkerem Lifting-Effekt angewendet werden. AHA-Säuren (zum Beispiel Mandelsäure, Glycolsäure) regen die Hautzellregeneration an, glätten und straffen die Hautoberfläche und haben eine gute ausgleichende Wirkung auf unterschiedlich pigmentierte Hautbereiche. Eine Fruchtsäurebehandlung sehe ich eher als „Arbeitsprogramm“ für die Kundin, Massage und Dampf würden die Haut dabei überreizen. Damit die Kundin auch immer wieder in den Genuss einer schönen Wellnessbehandlung kommt, können wir ihr diese auch zur Erhaltung ihres Hautbildes nach einer Kur im Wechsel mit Fruchtsäure anbieten. Hier können wir dann mit Ampullen und Seren arbeiten, gerne Hyaluronsäure (das Lieblingskind der Kosmetikerin!) die ungleichmäßige Hautstrukturen mit Sofortwirkung aufpolstert. Niacinamid sorgt für ein gesundes Hautbiom und reguliert wie Vitamin C übermäßige Melaninbildung. Dieser eher fettreiche Hauttyp verträgt keine schweren Cremes und Packungen, sondern saugt sich gerne unter einer



Wellness- und Anti-Aging-Treatments lassen sich bei trockener Haut sehr gut kombinieren.

wir so richtig aus dem Vollen schöpfen. Da heißt es, ran an die Tiegel, so ein bisschen nach dem Motto: Viel hilft viel! Hier finden wir die typischen Fältchen und Falten, die von unseren Kunden im ersten Gedanken mit Anti-Aging in Zusammenhang gebracht werden. Diese Behandlung

Wahl, die neuen Ampullen und Seren punkten mit kurzkettigen Molekülen, die tief in die Haut eindringen, dort gespeichert werden und die Haut von innen nach außen aufpolstern. Spannen Sie die Hautbereiche mit den Fältchen ruhig etwas beim Einarbeiten einer Ampulle, damit die schönen Wirkstoffe auch die Tiefe der Falte erreichen, und seien Sie nicht zu sparsam. Mit einer cremigen reichhaltigen Packung mit wertvollen, natürlichen Ölen kann jetzt massiert werden.

Anschließend geben wir, um das Ganze noch zu intensivieren, eine Thermomodellage darüber. Durch die entstehende Wärmeentwicklung unter der Gipsmaske kommt es zu einer verstärkten Durchblutung, der Stoffwechsel wird angeregt, und die Wirkstoffe dringen noch tiefer in die

„UM DAUERHAFT ETWAS ZU ERREICHEN, BRAUCHT ES BESTÄNDIGKEIT UND DIE RICHTIGEN PFLEGEPRODUKTE FÜR ZU HAUSE.

feuchtigkeitsspendenden Sheet-Maske voll, was einen tollen Lifting-Effekt hat. Um dann die Feuchtigkeit in der Haut zu halten, geben wir als Abschlusspflege ein paar Tropfen Arganöl darüber.

ANTI-AGING BEI TROCKENER HAUT

Bei der Anti-Aging-Behandlung der trockenen Haut (fett und feuchtigkeitsarm, keine Couperose) dürfen

lässt sich am leichtesten bewerben und verkaufen, weil sich hier Wellness und Anti-Aging wunderbar kombinieren lassen! Gründliche Reinigung ist die Voraussetzung ein mildes Enzym-Peeling löst abgestorbene Haut von der Oberfläche, mit einem sanften Reinigungsbürstchen können wir das noch unterstützen. Etwas Dampf entspannt und bereitet auf weitere Behandlungsschritte vor: Hyaluronsäure ist hier das Mittel der

ONLINE MEHR ERFAHREN! ➡

Exklusiv für Online-Abonnenten: Den Artikel „Anti-Aging fürs Gesicht“ finden Sie auf unserer Internetseite unter www.beauty-forum.com. Geben Sie einfach die Nummer 151678 im Suchfeld ein.



Um bei bestimmten Hauttypen ein junges Erscheinungsbild zu erhalten, sind verschiedene Fruchtsäurekuren eine gute Variante.

Haut ein. Wenn wir die Maske nach dem Abkühlen abnehmen, kommt ein rosiger, praller und verjüngter Teint zum Vorschein. Bei diesem wunderbaren Treatment vereinen sich effektive Wirkstoffkosmetik und kuscheliger Erholungseffekt, Körper und Geist tanken wieder auf, und somit haben wir damit auch noch ganzheitliches Anti-Aging.

ANTI-AGING BEI SENSIBLER HAUT

Dann haben wir noch das Sensibelchen mit dünner, empfindlicher Haut, die schnell mit Rötungen und Spannungsgefühl auf Reize reagiert. Anti-Aging bedeutet hier vorrangig beruhigen, schützen, Hautbarriere stärken, Couperose lindern und deren weiteres Fortschreiten vorbeugen. Damit wir an die empfindliche Haut dieser Kundin überhaupt „dürfen“, müssen wir dieses Treatment mit diesen beruhigenden Worten anbieten! Dass sich hier durch die Pflege auch Fältchen und Unebenheiten glätten, ist eine gern genommene Beigabe. Wir reinigen mit einem milden lipophilen Reinigungsöl und peelen kurz mit einem Enzym-Peeling.

Das ist wichtig, weil diese Haut gerne von der Kundin „zugecremt“ wird, abgestorbene Hautschüppchen sich nicht ablösen können, sich wie eine Klebeschicht auf der Haut ablagern und verhindern, dass Wirkstoffe von der Haut aufgenommen werden. Eine Ampulle mit schwarzem Johannisbeerextrakt wirkt dann beruhigend, schützend und feuchtigkeitsspendend und es folgt eine fast schon streichelnde Massage mit Mandel- oder Nachtkerzenöl.

Zum Abschluss beruhigt eine Maske mit weißem Kaolin und Zinkoxid, ein duftstofffreies Hyaluronserum und ein paar Tropfen Mandelöl runden die Pflege ab.

BESTÄNDIGKEIT UND GEDULD

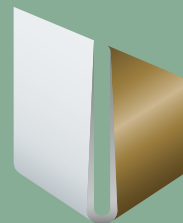
So wie ein schlanker Körper nicht von einem einzigen Diättag kommt, erreicht man mit einer einzelnen Anti-Aging-Behandlung zwar einen schönen Soforteffekt, aber um dauerhaft etwas zu erreichen, braucht es Beständigkeit und die richtigen Pflegeprodukte für zu Hause. Deshalb sollten wir der Kundin nach ihrem Basis-Treatment zur Erhaltung des schönen Hautbildes die passenden

Abstände zur Pflege bei uns im Institut anbieten. Gehen Sie dabei auf die Kundin ein, es ist leichter, eine einzelne Anti-Aging-Kur zu verkaufen, als eine Kundin langfristig als Stammkundin zu gewinnen, und das sollte unser Ziel sein! Wenn sie offen dafür ist, einmal im Monat zu uns zu kommen, wunderbar! Aber auch einmal im Quartal ist okay, wenn sie fleißig in der Heimpflege ist. Wichtig ist der vereinbarte Termin, die Kundin kommt wieder, weil sie zufrieden ist, wir bekommen vielleicht eine neue Stammkundin, und wer weiß vielleicht kommt sie ja auch bald immer häufiger zu ihren wohltuenden Treatments in unserem Institut.



Sibylle Herrmann

Die Autorin ist seit 22 Jahren selbstständige Kosmetikerin im Vollerwerb mit einem klassischen Kosmetikstudio: Gesichtspflege, Maniküre, Enthaarung, Fußpflege. 2011 hat sie die Heilpraktikerprüfung abgeschlossen.



german
brand
award
23
winner

Dr. med. Christine
SCHRAMMEK
GREEN PEEL®

Mit der GREEN PEEL® Kräuterschälkur Classic, GREEN PEEL® Energy und GREEN PEEL® Fresh Up bieten Sie Ihren Kunden 3 individuelle Wege zu einer schönen, gesunden Haut.

Profitieren Sie von 60 Jahren weltweiter Erfahrung mit der Original GREEN PEEL® Methode.

Zertifizierungsseminare

München	26.-27.08.2023	21.-22.10.2023
Hamburg	02.-03.09.2023	-
Hannover	02.-03.09.2023	-
Düsseldorf	04.-05.11.2023	-
Karlsruhe	16.-17.09.2023	-
Frankfurt	23.-24.09.2023	-
Berlin	14.-15.10.2023	-

Kostenfrei umbuchbar bei Terminverschiebung oder Ausfall des Seminars.

Seminargebühr: 349 €

Seminarzeit: Sa 10 – 17 Uhr, So 10 – 16 Uhr

GREEN PEEL®

Die Original Kräuterschälkur

Eine Behandlungsmethode für
unterschiedliche Hautprobleme

Alle Seminare
finden Sie hier



Weitere Infos:

☎ 0211 542 628 28

✉ infoservice@schrammek.de

Anmeldung online:

<https://sch.sc/greenpeel>

Jetzt risikofrei buchen*

www.greenpeel.de



ERKENNTNISSE AUS DER ZELLBIOLOGIE

Länger jung, vital und frisch aussehen: Ohne gesunde Zellen funktioniert das nicht. Wie der Körper sich selbst gegen das Altern hilft und was ihn dabei, insbesondere die Haut, unterstützt, weiß die Zellbiologie.

FOTO: ATK WORK/SHUTTERSTOCK.COM



Spirularin®

NAGELSPRAY

PFLEGE UND REGENERATION VON PROBLEMNÄGELN MIT MIKROBIELEM SCHUTZ

Spirularin® NAGELSPRAY enthält feuchtigkeitspendende und pflegende Inhaltsstoffe wie Hamamelis, Avocado und Jojobaöl und stimuliert das Wachstum gesunder Nagelsubstanz. Darüber hinaus sorgt der patentgeschützte Mikroalgenwirkstoff Spiralin® für einen natürlichen mikrobiellen Schutz. Als Spray besonders auch für bewegungseingeschränkte Menschen geeignet!



BEAUTY FORUM
STARS AWARD 2022

2. PLATZ

Kategorie: Fußpflege - Produkte + Technik

www.bf-award.de



www.spirularin.de

ocean pharma GmbH • Dieselstr. 6 • D-21465 Reinbek
Tel 040 - 720 21 11 • Fax 040 - 720 91 35 • info@ocean-pharma.de

Ums Altern kommt keiner herum: Auch die aller schönsten Filmstars bekommen irgendwann Falten und müssen sich mit einem schlafferen und weniger definierten Körper arrangieren. Dabei ist der Wunsch, im Alter auch noch frisch auszusehen und fit zu sein, so groß wie noch nie. Seit Jahrzehnten arbeiten Altersforscher und Wissenschaftler weltweit daran, Wege zu finden, wie Menschen langsamer altern und länger gesund leben können – und sie kommen diesem Ziel näher.

Die Entstehung sowie Erneuerung der Zellen geschehen durch Zellteilung. Je nach Typ teilen sich die Zellen täglich, wöchentlich oder seltener. Problematisch wird es dann, wenn die Zelle zu alt, beschädigt oder mutiert ist. Zellen können auf verschiedene Arten erkranken und dysfunktional werden.

OXIDATIVER STRESS SCHADET DEN ZELLEN

Einen starken Einfluss auf die Zellgesundheit hat oxidativer Stress, bei dem ein Ungleichgewicht zwischen

„DIE HOFFNUNG AUF EIN FALTENFREIERES
ALTERN MÜSSEN WIR NICHT AUFGEBEN.“

SCHÖNHEIT – EINE FRAGE DER ZELLEN?

Wichtige Erkenntnis: Die Aussage „Schönheit kommt von innen“ ist nicht einfach nur dahingesagt. Es ist erwiesen, dass die DNA bei der Alterung entscheidend ist. Der Grund: Bei jeder Zellteilung verlieren die Enden der DNA (Telomere) an Länge, bis die Zelle dann inaktiv ist.

Um zu verstehen, was bei der Alterung genau passiert, muss also die Wirkungsweise der menschlichen Zellen genauer erläutert werden: Der Mensch besteht aus ungefähr 40 Billionen Zellen. Dabei werden über 200 verschiedene Zelltypen unterschieden, und jeder Zelltyp hat eine spezielle Funktion. Im Zusammenspiel aller Zellen werden so lebenswichtige Grundfunktionen wie Stoffwechsel, Wachstum, Bewegung, Vermehrung und Vererbung gesteuert.

freien Radikalen und den Radikalfängern besteht. Im Körper sind stets freie Radikale vorhanden, die zum Stoffwechselprozess dazugehören. Nehmen die freien Radikale aber überhand, kann der Stoffwechselprozess gestört werden und Zellschäden begünstigen.

Auch das Älterwerden kann den Zellen schaden. Man weiß: Je höher das biologische Alter ist, desto träger die Zellen. Das bedeutet Die Haut erschläft, trocknet aus, wirkt fahl und ist anfälliger für Krankheiten.

AUTOPHAGIE – WENN DER KÖRPER ZELLEN RECYCELT

Die guten News: Körpereigene Mechanismen wie die „Autophagie“, die das „Recycling alter Zellen“ beschreibt, haben einen großen Einfluss auf die Zellgesundheit.

Der japanische Zellbiologe Yoshinori Ohsumi prägte diesen Begriff und wurde dafür 2016 mit dem Medizin-Nobelpreis ausgezeichnet. Er erforschte die Fähigkeit des menschlichen Körpers, überflüssige und beschädigte Zellbestandteile abzubauen, wodurch die Zellen länger vital bleiben. Wie das Zell-Recycling funktioniert?

Sobald Zellen sterben, senden sie verschiedene Signale, um das Recycling

ONLINE MEHR ERFAHREN!

Exklusiv für Online-Abonnenten: Den Artikel „Stammzellen – Superhelden für die Haut“ finden Sie auf unserer Internetseite unter www.beautyforum.com. Geben Sie einfach die Nummer 156102 im Suchfeld ein.



Eine Anti-Aging-Methode ist das Vampire Lifting, dabei wird Eigenblut, das zentrifugiert und gefiltert wurde, an den gewünschten Stellen wieder gespritzt.

zu starten. Zunächst gibt es die Signale, durch die die sterbenden Zellen von Phagozyten (Fresszellen) gefunden werden. Diese geben die Richtung vor, in die sich die Fresszellen durch die Blutbahn und das Gewebe bewegen müssen, um die sterbenden Zellen zu finden. Sie erkennen sie anschließend durch Marker, die an der Zelloberfläche präsentiert werden. Die Marker aktivieren die Phagozytose – also die Aufnahme der toten Zellbestandteile in die Fresszellen.

GESUNDER LIFESTYLE ZÖGERT DAS ALTERN HINAUS

Auch durch eine regelmäßige Grundversorgung mit essenziellen Nährstoffen können die Funktion und die Langlebigkeit der Zellen unterstützt werden.

Eine wichtige Erkenntnis: Fruchtzucker, Milchzucker und Glucose (zum Beispiel in Obst und Mehl) verzuckern das Gewebe. Auch das Bindegewebe,

das der Haut Spannkraft verleiht, wird „verklebt“ – ebenso wie die wertvollen Enzyme, die den Stoffwechsel ankurbeln.

Die Folge: schlaffes Gewebe, das durch eine Reduzierung der Zuckeraufnahme verringert werden kann. Ein weiterer Tipp von Hautärztin, Ernährungsmedizinerin, Anti-Aging-Spezialistin und Buchautorin Dr. med. Yael Adler ist: „Jeden Tag einen Esslöffel Tomatenmark mit ein paar Tropfen Olivenöl zu sich nehmen. Das liefert hoch konzentriert und exzellent bioverfügbar das rote Farbpigment Lycopin. Dieses bremst die Zerstörung der Zellwände durch freie Radikale und leistet damit einen wichtigen Beitrag zum Schutz vor frühzeitiger Alterung und Erkrankung der Zellen.“ Weiter fährt sie fort: „Ebenso hilfreich ist es, ausgekochte Knochenbrühe zu trinken. Sie enthält viel Kollagen- und Hyaluronsäure, die für den Pfirsichteint nötig sind.“

VAMPIRE-LIFTING SORGT FÜR EINEN VITALEN TEINT

Auch die Beauty-Industrie macht es möglich, alten Zellen neues Leben einzuhauchen. Die Stammzellenforschung gilt als einer der Bereiche mit dem größten Potenzial für Anti-Aging-Methoden.

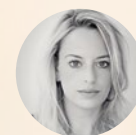
Die ästhetische Dermatologie setzt schon heute Stammzellentechnologien zur Hautverjüngung ein. Dabei wird entweder eine kleine Menge Eigenblut aus der Armvene („Vampire-Lifting“) oder etwas Fettgewebe am Bauch entnommen. Die Substanzen werden zentrifugiert und gefiltert. Dadurch entstehen Konzentrate, die reich an Stammzellen, Wachstumsfaktoren und Proteinen sind. In die Haut injiziert, können sie die Kollagenbildung stimulieren, Falten aufpolstern und den Teint erfrischen.

HILFE ZUR SELBSTHILFE: PFLANZLICHE STAMMZELLEN

Mittlerweile stecken auch in vielen Tuben und Tiegeln Innovationen der Zellbiologie: Pflanzliche Stammzellen, wie zum Beispiel der Goji-Beere, der Alpenrose und der Argannuss, sollen das Energiepotenzial der menschlichen Stammzellen stimulieren und der Haut so wieder ihre Vitalität zurückgeben.

Faktoren für die Zellgesundheit

Man kann auf die eigene Zellgesundheit Einfluss nehmen. Grundlagen wie ausreichendes Trinken und Bewegung sind dabei die wichtigsten Faktoren. Aber auch mindestens sieben Stunden Schlaf pro Nacht, ein konsequenter UV-Schutz und gesunde Gewohnheiten, wie zum Beispiel „nicht zu rauchen“, helfen den Zellen dabei, fit und aktiv zu bleiben.



Lea Becker

Die freie Journalistin recherchiert in den Bereichen Lifestyle, Mode und Beauty für Fachzeitschriften, Print- und Onlinemagazine sowie Blogs.

BAGA.
DER SICHERSTE WEG ZUM ERFOLG.

NiSV NOW

Jetzt
noch mit
30%

Für die BAGA Bildungsakademie stehen Aus- und Weiterbildungen mit höchstem Qualitätsanspruch und innovativen Lernmethoden an erster Stelle. Wir bieten Ihnen an unterschiedlichen Standorten deutschlandweit alle NiSV-Fachkundes Schulungen an. Unser erfahrenes Dozententeam macht Sie fit für die Prüfung.

Ihre Vorteile:

- Erfüllung der hohen gesetzlichen Qualitätsstandards der NiSV-Verordnung
- Größte NiSV-Terminauswahl
- Deutschlandweit an allen BAGA Standorten verfügbar
- Rechtssicheres Zertifikat



Seien Sie schnell und buchen Sie Ihren NiSV-Fachkundekurs mit 30 % Rabatt* mit Eingabe des Gutscheincodes „NISV-NOW“
www.baga-bildungsakademie.de/nisv/



www.baga-bildungsakademie.de
Mo. bis Fr. 8:00 – 17:00 Uhr · Tel. +49 89 5880445-0
info@baga-bildungsakademie.de

* nur bis 31.08.2023 gültig. Code am Ende des Bestellvorgangs eingeben.



BAGA
Bildungsakademie

JETZT WIRD'S PERMANENT

Permanent Make-up (PMU) hat in den vergangenen Jahren an Beliebtheit gewonnen. Angesichts der Fülle an Informationen und Inspirationen in den Medien kann es jedoch auch zu Verwirrung und Überforderung kommen. Um diese Probleme zu überwinden, ist es hilfreich, die Fakten aufzuschlüsseln und die grundlegenden PMU-Techniken genauer zu betrachten.

Als Dienstleister, der viele diverse PMU-Methoden beherrscht, hat man den Vorteil, gänzlich unterschiedliche Effekte zu erzielen und den verschiedensten Kundenwünschen und Hautbeschaffenheiten kompetent gerecht zu werden. Es erfordert gleichwohl eine hohe Investition in den Lernaufwand. Sobald man

jedoch die anfänglichen Herausforderungen gemeistert hat, eröffnet sich eine vielversprechende Karriere als erfolgreiche Permanent-Make-up-Artistin.

TECHNIKEN DER VORZEICHNUNG

Vor dem Pigmentieren stehen die Vorbereitung des Behandlungsareals

und die Skizzierung des Endergebnisses. Je nach Ausgangslage ist es auch hilfreich, verschiedene Techniken zu beherrschen. Mit klassischen Vorzeichenstiften und der Auswahl verschiedener Farbtöne kann der Kunde bereits vor der eigentlichen Pigmentierung sein angestrebtes Ergebnis betrachten. Der Vorteil dieser Variante besteht darin, dass Kunden



weniger Vorstellungskraft hinsichtlich des Ergebnisses benötigen. Ihnen wird präsentiert, wie ihre Pigmentierung nach der Anwendung in Bezug auf Form, Farbe und Intensität aussehen wird. Ein Nachteil dieser Methode kann darin bestehen, dass es bei schwieriger Formfindung durch wiederholtes Auftragen zu hoher Deckkraft oder verschmierten Bereichen und damit zu Mehraufwand und unklarer Sicht kommen kann. Gerade Anfänger laufen bei dieser Technik Gefahr, die Vorzeichnung während der Pigmentierung schneller zu verwischen oder sogar zu verlieren, bevor sie die Form sicher fixieren konnten. Dasselbe gilt auch für die Vorzeichnung von Augenbrauen und Lippen nur mit Concealer. Für erfahrene Pigmentisten und insbesondere bei vorhandenen Fremd-pigmentierungen, die korrigiert werden sollen, kann dies je nach Arbeitsweise eine große Hilfe sein. Die vorhandenen Farbanteile können innerhalb der Concealer-Umrandung deutlich gesehen werden, sodass der Pigmentist gezielt mit mehreren Farben arbeiten kann.

KLARE KOMMUNIKATION

Für einige Kunden ist es jedoch schwierig, sich das angestrebte Ergebnis durch diese Vorzeichnungsmethode vorzustellen. Gleiches gilt für kontrastreiche Zeichnungen mit speziellen Gel-Linern oder eingefärbten Fäden, bei denen die Konturen zudem mit Concealer definiert werden. Bei diesen Varianten ist eine klare Kommunikation wichtig. Der Kunde muss verstehen, dass es rein um die Symmetrie und Formfindung geht. Im besten Fall wurde zuvor bereits die Farbwahl besprochen und demonstriert. So kann der Kunde sich mit Vertrauen in die Hände des Pig-

mentisten begeben. Für viele PMU-Künstler ist diese Form der Vorzeichnung die erste Wahl, da die Gel-Liner besser auf der Haut haften und nicht so leicht verschmieren, vorausgesetzt der passende Concealer wird verwendet.

AUF DIE VORZEICHNUNG KOMMT ES AN

Bei allen Vorzeichnungsmöglichkeiten ist es als PMU-Künstler wichtig, erst mit der Pigmentierung zu beginnen, wenn die Zeichnung absolut perfekt ist und der Kunde keine Fragen mehr hat. Auch wenn während der Pigmentierung Teilbereiche nicht ausreichend sichtbar übertragen wurden, sollte lieber abgesetzt und nachgezeichnet werden.

WELCHE ARBEITSWEISEN GIBT ES BEI DER PIGMENTIERUNG?

Unterschiedliche Effekte erzielt man durch clever ausgewählte Arbeitsweisen und Farbabfolgen. Mit stark gefüllten Linienzeichnungen erzeugt man klare und präzise Striche, sei es für die Konturen der Lippen, Lidstriche oder für feine, lebhaft Details wie Härchen oder Äderchen. Schattierungen kommen zum Einsatz, um größere Flächen einzufärben oder aufgelockerte Strichoptiken zu erzeugen. Beide Varianten können kombiniert, aber auch einzeln angewendet werden. Zarte oder deckende Zeichnungen, realistische oder extravagante Ergebnisse sowie Tiefe und Dimension werden durch künstlerisches Geschick ausgearbeitet. Dazu kann abhängig von eigenen Vorlieben und der Haut jeweils sowohl manuell als auch maschinell gearbeitet werden.

VERSCHIEDENE FARBTECHNIKEN

Die Wahl der geeigneten Farbe oder Kombination von Farben wird mit zunehmender Erfahrung immer gezielter, aber auch kreativer. Durch jahrelange Erfahrung mit verschiedenen Pigmenten kann man eine gute Einschätzung darüber entwickeln, in welche Richtung sie sich im abgeheilten Zustand entwickeln. Zudem kann



Je klarer Sie vorzeichnen, desto besser kann sich der Kunde die Pigmentierung vorstellen.

man mit der richtigen Farbwahl unerwünschte Tönungen der Haut, beispielsweise bei sehr dunklen oder kühlen Lippen, korrigieren.

Bei einer einfarbigen Pigmentierung wird ein einziger Farbtone verwendet, um eine gleichmäßige Färbung und Definition zu erzielen. Durch Variation in der Pigmentdichte können auch so unterschiedliche Ergebnisse erzielt werden. Im Gegensatz dazu werden bei einer mehrfarbigen Pigmentierung verschiedene Farbtöne miteinander kombiniert, um ein multidimensionales und lebendiges Aussehen zu erzeugen. Zudem können speziell abgestimmte Farben eingearbeitet werden, um die Ergebnisse zu veredeln. Durch gezielte Platzierung von Schatten und Highlights lassen sich bestimmte Merkmale hervorheben oder korrigieren. Mit geschickt platzierten Schattierungen können beispielsweise die Augen größer oder die Lippen voller wirken. Alle Farbtechniken sind für alle zu pigmentierenden Bereiche geeignet. Ob es sich um Augenbrauen, Augen-

ONLINE MEHR ERFAHREN! ➔

Exklusiv für Online-Abonnenten: Den Artikel „PMU-Lippenkorrektur“ finden Sie auf unserer Internetseite unter www.beauty-forum.com. Geben Sie einfach die Nummer 154053 im Suchfeld ein.

Die Vielfalt der Linien

Die Umsetzung von Linien kann individuell gewählt werden, entweder durch deckend gefüllte oder sanft schattierte Linien. Die Ergebnisse variieren je nach Art des PMU-Stils, des Handstücks und Anwendungsbereichs:

- **Augenbrauen:** Es können scharfe und sehr präzise Härchen gezeichnet werden oder alternativ weich schattierte Härchen.
Für ein natürlicheres Aussehen ist die Hautbeschaffenheit entscheidend.
- **Augen:** Am Oberlid werden einzelne ganz feine Linien bei den modernen schattierten Lidstrichen, dem sogenannten „Baby Liner“ verwendet. Für klassisch ausgefüllte Lidstriche wird bei der Übertragung der Vorzeichnung zu Beginn der Anwendung eine begrenzende Kontur gezogen und anschließend gefüllt.
Das Unterlid wird im modernen Permanent Make-up oft gar nicht mehr oder nur dezent pigmentiert. Es wer-

den eher zarte Schattierungen für eine dezente Wimpernkranzverdichtung oder sehr feine, scharf begrenzte Linien eingesetzt.

- **Lippen:** Hier kann eine sehr exakte, scharfe Kontur gezeichnet werden oder eine zarte Begrenzung für ein sanftes Erscheinungsbild und für das schnelle Einschattieren bei dezenteren Techniken.

Die Durchführung von Schattierungen kann entweder flächig und deckend oder als luftig angeordnete Punkte umgesetzt werden.

- **Augenbrauen:** Schattierungen eignen sich für Farbkorrekturen sowie für alle Varianten der pudrig gestalteten Brauen, um mehr Definition und Fülle zu verleihen.
- **Lid:** Sowohl extravagante Lidstriche mit deckender Schattierung als auch zarte Varianten für einen subtilen Effekt werden durch Schattierungen er-

gänzt. Für Männer und Frauen, die es natürlicher mögen, ist eine dezente schattierte Wimpernkranzverdichtung perfekt.

- **Lippen:** Schattierungen ermöglichen es, durch Anpassung der Pigmentdichte einen Lippenstifteffekt zu verleihen oder eine zarte Einfärbung für einen natürlichen Look zu erzeugen.

- **Medizinische Pigmentierung:** Schattierungen kommen bei jeglichen Farbangleichungen zum Einsatz, beispielsweise zum Ausgleich von Unregelmäßigkeiten.

Dotting nennt man das Setzen von Punkten, die entweder nah beieinander- oder weiter auseinanderliegen.

- **Augenbrauen:** Hilfreich zum Auflockern des Brauenkopfes oder um mit Punktschattierungen einen fließenden Übergang zu erreichen.
- **Lid:** Dotting kann zur Wimpernkranzverdichtung verwendet werden, um einen dichteren und intensiveren Effekt entlang des Wimpernkranzes zu erzeugen.
- **Lippen:** Bei der Anwendung von Dotting können Fordyce-Drüsen oder Falten kaschiert werden.
Zudem kann eine Art „Frosting“-Effekt erzielt werden, bei dem die Lippen einen subtilen Schimmer erhalten.
- **Medizinische Pigmentierung:** Dotting wird bei verschiedenen medizinischen Pigmentierungen eingesetzt, beispielsweise bei Kopfhaut-Pigmentierungen zur Imitation von Haarfollikeln, bei Narbenkorrekturen, um das Erscheinungsbild an die umgrenzende Haut anzupassen, oder bei der Brustwarzenrekonstruktion.



Aufgelockerte Strichoptiken können den pigmentierten Augenbrauen mehr Fülle geben.

lider, Lippen oder medizinische Pigmentierungen handelt: Die Wahl der Farbtechnik ermöglicht eine individuelle Gestaltung und Anpassung an die Bedürfnisse des Kunden.

Die Vielseitigkeit der Farbtechniken bietet die Möglichkeit, kreative Fähigkeiten zu entfalten und maßgeschneiderte Lösungen für Kunden zu schaffen.

DAS SPIEL MIT DEN SYNONYMEN

Um die Branche voranzubringen und das positive Image professioneller PMU-Dienstleister weiter auszubauen, ist es wichtig, dass Kollegen un-

tereinander ehrlich sind. Unabhängig davon, wie ein Künstler seine Pigmentierungstechniken bezeichnet, basieren sie letztendlich auf kleinen Farbpunkten, die als Linien oder Schattierungen das Gesamtkunstwerk des PMU schaffen. Alle Techniken werden erst dann besonders, wenn sie fachkundig umgesetzt werden und dem Kunden das gewünschte Ergebnis liefern, das zudem seine Vorzüge betont.

Für das eigene Marketing kann es dennoch vorteilhaft sein, eine kreative Wortwahl zu verwenden. Kunden finden es interessant und einzigartig,

wenn sie eine vermeintlich besondere Technik erhalten, und tragen dürfen. Übung und Kreativität sind der Schlüssel zum Erfolg. Also ran an die Übungshaut und viel Freude beim Kreieren.



Melanie Miniaci

Die Autorin ist staatlich geprüfte Kosmetikerin mit medizinischem Schwerpunkt. Sie ist selbstständig und hat sich auf Permanent Make-up spezialisiert. Darüber hinaus ist sie Beraterin/Coach.
www.miderma.de.

Serie
TEIL 10: UMFRAGE ZU GEBRÄUNTER HAUT

BEAUTY FACTS

Reden wir über Fakten! Ob Tagespflege oder Foundation, Shampoo oder Lippenstift – jeden Tag benutzen wir ganz selbstverständlich kosmetische Produkte. Medienberichte über angeblich besorgniserregende Inhaltsstoffe in Kosmetika können da ganz schön verunsichern. Dann hilft es, die Fakten zu kennen.

Für viele Menschen gehört eine gebräunte Haut im Sommer einfach dazu. Was sie dafür bereit sind zu tun, zeigen die Ergebnisse einer Umfrage. Leider kommt der Sonnenschutz da manchmal zu kurz.

BLASSE HAUT IM SOMMER?

Fehlanzeige. Die Mehrheit der Deutschen bevorzugt laut einer vom Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel durchgeführten Umfrage (IKW, 2021) eine gewisse Sommerbräune. So mögen 42 Prozent ihre Haut gerne leicht gebräunt. Sie finden, dass sie dann gleich frischer aussehen. Und 19 Prozent möchten sogar eine etwas intensivere Bräune. Tief gebräunte Haut wird jedoch nur von den wenigsten – nämlich von vier Prozent – als schön empfunden. Um den gewünschten Teint zu erreichen, legt sich die Hälfte der befragten Männer und Frauen in die Sonne, elf Prozent benutzen Selbstbräuner, und nur acht Prozent gehen noch ins Sonnenstudio.

Bei der Umfrage zeigt sich aber auch, dass viele es beim Auftragen von Sonnenschutzmitteln nicht so genau nehmen: Um brauner zu werden, verwenden 41 Prozent der Befragten manchmal Sonnenschutzmittel mit einem niedrigen Lichtschutzfaktor oder verzichten ganz auf Sonnenschutzmittel. Neun Prozent sagen sogar, dass sie immer auf Sonnenschutzmittel verzichten. Sie sind der

DIE EXPERTIN



BIRGIT HUBER

ist stellvertretende Geschäftsführerin des IKW (Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V.) und als Bereichsleiterin des Kompetenzpartners Schönheitspflege zuständig für alle Fragen rund um Kosmetik.

Meinung, dass eine richtige Bräune erst nach einem Sonnenbrand erreicht werden kann. Was sie nicht beachten: Sich nicht ausreichend vor der Sonne zu schützen, kann zu frühzeitiger Hautalterung und gefährlichen Hauterkrankungen wie Hautkrebs führen. Bedeckende Kleidung und Sonnenschutzmittel sollten daher bei längeren Aufenthalten im Freien unbedingt dazugehören.

WAS STECKT HINTER DEM WUNSCH NACH BRÄUNE?

Viele fühlen sich mit einer gebräunten Haut einfach schöner – in der Umfrage bestätigen das 45 Prozent

der befragten Frauen und Männer. Und fast ein Viertel findet, dass ihre Sommer-Bekleidung mit der richtigen Bräune noch besser zur Geltung kommt. Insbesondere für die Jüngeren ist das wichtig:

Während 34 Prozent der 18- bis 29-Jährigen es gut finden, dass ihr Sommer-Styling mit dem dunkleren Teint noch besser aussieht, verliert dieser Zusammenhang bei den über 50-Jährigen an Bedeutung.

DER TEINT ALS STATUS

Für Männer scheint der Teint hingegen auch eine Art Statussymbol zu sein. Fast 25 Prozent der männlichen Befragten mögen es, über die eigene Bräune zu zeigen, dass sie viel Zeit in der Sonne verbringen oder im Urlaub waren.



SO GEHT ES WEITER !

Diese Teile werden in den kommenden Ausgaben von **BEAUTY FORUM** erscheinen:

- Allergien gegen kosmetische Stoffe
- Mikroplastik in Kosmetik
- Umfrage: Styling des Partners
- Kosmetische Hilfsstoffe
- Ist das noch Kosmetik?

KOMMUNIKATION: DIGITAL VS. DIREKT

Gleich vorweg: Es muss nicht immer „versus“ oder „entweder – oder“ heißen. Denn oft, um nicht zu sagen, meist, haben die gegenübergestellten Dinge trotz aller individuellen Vor- und Nachteile Gleichberechtigung.

Natürlich hat sich die Art und Weise, wie Unternehmen mit ihren Kunden kommunizieren, im Zeitalter der Digitalisierung stark verändert. Dies brachte große Vorteile mit sich: Erfolgte die direkte Kunden-

kommunikation traditionell primär über persönliche Interaktionen, so führte uns die digitale Transformation zu neuen Kanälen wie E-Mails, sozialen Medien und Chatbots. Eine Menge zusätzlicher Möglichkeiten hat sich also aufgetan und diese

gilt es sinnvoll zu nutzen. Gerade bei einem Chatbot – ein Beispiel wäre hier ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) – werden moderne maschinelle Lerntechnologien (künstliche Intelligenz) genutzt, um über textbasierte Nachrichten zu kommu-



FOTO: IKERJORDI/SHUTTERSTOCK.COM

nizieren und Antworten zu generieren. Antworten, die natürlich klingen und für diverse Gesprächsverläufe relevant und verwendbar sind.

Die Vorteile für ein Unternehmen liegen auf der Hand: Chatbots sind rund um die Uhr verfügbar, so können Probleme schnell gelöst werden. Kunden können so durch digitale Prozesse (zum Beispiel Zahlungen, Reservierungen, Terminvereinbarungen) geleitet werden. Für Servicepersonal entsteht dadurch Entlastung und freie Zeit zur Bearbeitung komplexerer Anfragen und Vorgänge.

Wenn wir uns also die individuellen Vor- und Nachteile etwas genauer anschauen, merken wir schnell, dass oft eine Kombination beider Ansätze sinnvoll ist und im Ergebnis die besten Resultate liefert.

Dabei ist sicher zu überlegen, wen man ansprechen möchte und warum man kommunizieren möchte. Bei der Wahl zwischen direkter und digitaler Kundenkommunikation spielen spezifische Ziele und Bedürfnisse sowohl des Unternehmens als auch der Kunden eine wichtige Rolle. Es ist also wichtig, die jeweiligen Vor- und Nachteile genau zu verstehen und daraus die entsprechenden Strategien zu entwickeln. So können Kunden auf vielfältige Weise erreicht und ihre Bedürfnisse/Wünsche erfüllt werden.

DIE DIREKTE KUNDENKOMMUNIKATION

Hier handelt es sich um eine sehr persönliche Art der Kundenkommunikation mit direkter Interaktion. Denn eine Face-to-Face-Kommunikation basiert auf der direkten Verbindung zwischen Kunden und Unternehmen. Dadurch kann ein hohes Maß an Vertrauen – das idealerweise in Kundenbindung mündet – aufgebaut werden. Unternehmen können hier sehr individuell auf Kundenbedürfnisse eingehen. Auf Feedback, das die Kunden direkt geben können, ist sofortiges Reagieren/Antworten möglich.

Es besteht allerdings die Notwendigkeit räumlicher Nähe und Verfügbarkeit der Gesprächspartner. Zeitliche Einschränkungen können insbesondere bei internationalen Kunden ungünstig sein.

DIE DIGITALE KUNDENKOMMUNIKATION

Diese Kommunikationsform ist gegebenenfalls zwar etwas unpersönlicher, Kunden könnten den sogenannten „menschlichen Faktor“ vermissen beziehungsweise nur noch reduziert wahrnehmen und das Fehlen einer persönlichen Verbindung bemängeln. Aber dafür bietet diese Kommunikationsform mit ihren vielen Kommunikationskanälen zusätzliche viele Möglichkeiten und damit auch Vorteile. Firmen können hier Kanäle wie soziale Medien, Livechats, mobile Apps und E-Mails nutzen und interagieren. Dadurch können Unternehmen eine größere Anzahl von Kunden gleichzeitig erreichen. Sind die verwendeten Systeme automatisiert (zum Beispiel Chatbots). So können Unternehmen sogar einen 24/7-Support (Rund-um-die-Uhr-Support an sieben Tagen der Woche) anbieten. Dies ist natürlich ein großer Pluspunkt, den

Sonnenschutz für sensible Haut



Mit SPF 50+

Intensive UV-Schutz Creme
für empfindliche Haut

Dr. med. Christine
SCHRAMMEK
derma.cosmetics

The power of medical beauty.

Vor- und Nachteile der Kommunikationsformen

1. Digitale Kommunikation

Vorteile: Effizienz, Skalierbarkeit, Verfügbarkeit rund um die Uhr.

Nachteile: Verlust der persönlichen Note, potenzielle Informationsüberlastung.

2. Direkte Kommunikation

Vorteile: Aufbau von Vertrauen, persönlicher Kundenservice, sofortiges Feedback.

Nachteile: Zeit- und Ortsabhängigkeit, begrenzte Skalierbarkeit.

viele Kunden sehr zu schätzen wissen. In Bereichen wie unerwartete Reaktion bei der Hautpflege kann ein solcher Support sehr hilfreich für Kunden sein. Medizinische Dienstleister stellen beispielsweise in der Regel ohnehin einen solchen Support bereit.

So kann ein 24/7-Support ein wichtiges Merkmal, gegebenenfalls sogar ein USP (Unique Selling Proposition = Alleinstellungsmerkmal) sein und einen hohen Servicestandard erkennen lassen.

WELCHE KOMMUNIKATIONSFORM FÜR WELCHE ALTERSGRUPPEN?

Auch hier wieder kein Entweder-oder. Individuelle Präferenzen und Fähigkeiten spielen dabei eine Rolle. Wie eingangs erwähnt, kann man hier verschiedene Überlegungen anstellen. Sicher nicht erwähnenswert ist, dass die direkte Kommunikation sich im Grunde für alle Altersgruppen eignet. Insbesondere unter dem Aspekt, dass ältere Menschen oft (nicht immer) weniger Erfahrung mit digitalen Technologien haben und sich eventuell auch wohler fühlen, wenn sie direkt angesprochen werden, ist für diesen Personenkreis die direkte

Kommunikation empfehlenswert, auch wenn es um sehr persönliche Angelegenheiten oder komplexe Themen geht. Gerade hier sind zusätzlich zum gesprochenen oder geschriebenen Wort die nonverbalen Signale von großer Bedeutung.

Jugendliche und junge Erwachsene, aufgewachsen mit Technologie, bevorzugen hingegen oft die digitale Kommunikation als bequeme Möglichkeit. Auch in der Geschäftswelt ermöglicht die digitale Kommunikation eine effiziente Zusammenarbeit. Die Entscheidung für die geeignete Kommunikationsform hängt letztendlich von den persönlichen Vorlieben und den Anforderungen der jeweiligen Situation ab.

KOMMUNIKATION IM DIENSTLEISTUNGSGEWERBE

Gibt es bei der Kommunikation im Dienstleistungsgewerbe besondere Präferenzen? Im Dienstleistungsgewerbe können abhängig von verschiedenen Faktoren ebenfalls beide Kommunikationsformen relevant sein. Zu berücksichtigen ist, ob Effizienz und vor allem Schnelligkeit wichtig sind. Stellen Kunden zum Beispiel Anfragen, berichten von Problemen oder benötigen Informationen und ein persönliches Treffen ist nicht nötig, so kann ein digitales Kommunikationsmittel sinnvoll und zeitsparend sein.

Das persönliche Gespräch hingegen kann bei individuellen und komplexeren Problemstellungen die bessere Variante sein. Hier kann sofort Vertrauen aufgebaut und Kundenbindung erzielt werden. Auch bei kri-

tischen Fällen (zum Beispiel Beschwerden), in denen eine schnelle Reaktion zur Deeskalation beitragen kann, ist das persönliche Gespräch oder zumindest ein Telefonat unschlagbar.

Wichtig und sicher am wichtigsten überhaupt ist das Beachten der Kommunikationspräferenzen der Kunden. In Abhängigkeit von der Art der Dienstleistung, der Kundenerwartungen und der internen Ressourcen ist es sinnvoll, verschiedene Kommunikationskanäle anzubieten und damit individuellen Bedürfnissen gerecht zu werden.

FAZIT

Digitale und direkte Kommunikationswege lassen sich durchaus gemeinsam sinnvoll anwenden. Digitale Kommunikationsmittel bieten viele Vorteile, wie die schnelle Übermittlung von Informationen, die Möglichkeit der globalen Erreichbarkeit und die Vereinfachung der Zusammenarbeit über große Entfernungen hinweg.

Dennoch gibt es Situationen, in denen direkte Kommunikationswege wie persönliche Treffen, Telefonanrufe oder Videokonferenzen weiterhin von Vorteil sind. Die Wahl zwischen digitalen und direkten Kommunikationswegen hängt von verschiedenen Faktoren ab wie dem Kommunikationsziel, der Art der Informationen, der Dringlichkeit und der Verfügbarkeit der Beteiligten. Die Kombination beider Ansätze kann dabei helfen, die Vorteile beider Formen zu nutzen und die Kommunikation effektiv zu gestalten.

ONLINE MEHR ERFAHREN! ➡

Exklusiv für Online-Abonnenten: „Kommunikation mit der Gen Z“ lesen Sie auf unserer Internetseite unter www.beauty-forum.com. Geben Sie einfach die Nummer 156241 im Suchfeld ein.



Waltraud Böhme

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

Fernakademie für Kosmetik und Wellness GmbH. www.elite-fernakademie.de

Serie

TEIL 6: BEAUTY & SPA MANAGEMENT

CIDESCO-DIPLOM

Mit den CIDESCO-Diplomen sind Kosmetikerinnen in der Lage, weltweit in 5-Sterne-Spas, exklusiven Schönheits- und medizinischen Zentren oder auf Kreuzfahrtschiffen Beschäftigung zu finden. CIDESCO stellt sicher, dass Sie den bestmöglichen Start für eine Karriere in der Beauty- und Spa-Branche erhalten.

DARUM GEHT'S:

Im CIDESCO-Diplomkurs „Beauty & Spa Management“ lernt man, wie ein Schönheits- oder Spa-Business geschickt geplant sowie effektiv und effizient geführt wird. Dieses Programm wird von den akkreditierten CIDESCO-Schulen häufig vollständig online angeboten und bietet Vielbeschäftigten ein flexibles Format, um die benötigte Ausbildung zu erhalten und von erfahrenen Lehrkräften live unterstützt zu werden.

Dieses Diplom könnte die Lösung sein, wenn Sie:

- ein Schönheits- oder Spa-Unternehmen leiten und einen formalen Nachweis über grundlegende Managementfähigkeiten und -praktiken erwerben möchten.
- sich auf eine künftige Anstellung im Beauty- oder Spa-Management vorbereiten möchten.
- Inhaber eines Heimgeschäfts sind und Ihr Geschäft ausbauen möchten.
- Kosmetikerin oder Spa-Therapeutin sind und möchten eines Tages ein eigenes Geschäft eröffnen möchten.
- Unternehmer sind, der in den Beauty- und Spa-Markt einsteigen möchte.

Die Teilnehmer erwerben wichtige betriebswirtschaftliche Kenntnisse wie die Festlegung erreichbarer Geschäftsziele, die Aufstellung eines Betriebsbudgets zur Ausgabenkontrolle, die Analyse von Jahresabschlüssen und die Erstellung eines Finanzplans. Sie lernen, wie sie die besten Mitarbeiter für ihr Team auswählen und ihr Team zum Erfolg führen und motivieren. Darüber hinaus werden sie Erfahrung im Verfassen eines überzeugenden Geschäftsplans als Entscheidungshilfe oder für potenzielle Kreditgeber oder Investoren sammeln.

DAS BRAUCHT'S DAFÜR:

Für die Teilnahme an diesem Kurs ist keine vorherige Branchenerfahrung erforder-



MEREDITH THOMPSON

hat einen Bachelor-Abschluss in Zell-, Mikro- und Molekularbiologie und ist seit 2008 Ausbilderin im „The Esthetic Institute Training Center“ in Kanada. Darüber hinaus ist sie Unternehmerin, Spa-Beraterin und Vizepräsidentin der Canadian Esthetic and Spa Association.

derlich, sodass man diesen Kurs nutzen kann, um mehr über das Geschäft der Schönheits- und Wellnessbranche zu erfahren und sich darauf vorzubereiten, seinen Scharfsinn und seine Erfahrung in diesem Bereich einzusetzen.

Die Teilnehmer können diesen Kurs vor ihrer formalen Ausbildung in der Kosmetik- oder Spa-Branche absolvieren, sodass sie über Fähigkeiten und Kenntnisse verfügen, die sie beim Eintritt in die

Branche auszeichnen und ihnen einen Aufstieg in einem Unternehmen ermöglichen. Die Prüfungen für diesen Diplomkurs umfassen sowohl schriftliche Tests als auch eine Live-Präsentation ihrer Fähigkeiten und Kenntnisse in der Geschäftsplanung vor ihrem internationalen CIDESCO-Prüfer.

Auf diese Weise sammeln sie wertvolle Erfahrungen darin, anderen ihre Ideen auf überzeugende Art und Weise zu präsentieren.

DAS WERDEN SIE LERNEN:

Ich habe erlebt, dass sowohl Einzelpersonen als auch Unternehmen signifikante und sinnvolle Veränderungen in ihren Arbeitsmethoden und ihrem Ansatz vorgenommen haben, die sie auf die nächste Erfolgsebene gebracht haben.

Wenn Sie auf der Suche nach einem branchenspezifischen Business-Kurs sind, der auch einen Abschluss von einer weltweit angesehenen und renommierten Organisation wie CIDESCO bietet, haben Sie gefunden, wonach Sie gesucht haben. Ich möchte Sie ermutigen, sich mit den Vertretern der deutschen CIDESCO-Sektion in Verbindung zu setzen, um sich nach Schulen zu erkundigen, die das CIDESCO Beauty & Spa Management-Diplom in Deutschland anbieten.

FAKTEN ZUM DIPLOM:

Dauer gesamt: 300 Stunden

Ablauf der Diplom-Prüfung:

- Theoretische Prüfung: Multiple-Choice-Fragen
- Praktische Prüfung: Power-Point-Präsentation eines Geschäftsplans. Nicht englische Power-Point-Präsentationen müssen mit englischen Anmerkungen versehen sein.
- Nicht englische Geschäftspläne müssen eine englische Zusammenfassung auf Niveau A4 haben.

Um die Prüfung zu bestehen, müssen die Kandidaten mindestens 70 Prozent der Punkte in den praktischen und MCQ-Prüfungen erreichen.

Mehr Infos gibt es unter: www.cidescogermany.de

SUCHEN, FINDEN UND BINDEN!

Es ist nicht immer leicht, Kunden nicht nur einmalig anzusprechen, sondern sie auch langfristig zu halten und an sich zu binden. Gerade in der heutigen schnelllebigen Zeit ist es nicht immer einfach, sich dauerhaft von der Konkurrenz zu unterscheiden und den Kunden einen Mehrwert zu liefern. Wie dies trotzdem gelingen und eine langfristige Kundenbeziehung etabliert werden kann, erfahren Sie in diesem Artikel.

Es gibt nichts Schöneres als ein erfolgreiches Shopping-Erlebnis – Glücksgefühle durchströmen den Körper und verbinden die positiven Emotio-

nen mit dem Erlebnis im Geschäft sowie dem Produkt. Sie haben das bestimmt selbst auch schon das ein oder andere Mal beim Einkaufen erlebt: Sie waren shoppen, haben mehr

Geld ausgegeben als geplant und fühlen sich dennoch superwohl. Denn Sie haben neben Ihren Einkäufen auch positive Gefühle und gute Laune vom Shoppen mitgenommen. Die



FOTO: ARTIE MEDVEDEV/SHUTTERSTOCK.COM

verschiedenen Geschäfte, die Ihnen diese positiven Gefühle vermitteln, haben alle eines gemeinsam – sie haben eine sehr gute Customer Experience!

Sie holen den Kunden emotional ab und lassen ihn eine ganz neue Erfahrung machen durch Beratung, Expertise und Produkt-Performance. Dies geschieht durch ein positives, ansprechendes Ambiente, die Produktinszenierung sowie die professionelle Beratung. Also alle Erlebnisse, die auch Sie rund um Ihren Einkauf erfahren haben.

Genau das können Sie auch in Ihrem Kosmetikinstitut umsetzen. Lassen Sie uns über Ihr Kosmetikinstitut sprechen, denn wenn Ihre Kunden sich dort wohlfühlen, kann das viele positive Effekte haben, zum Beispiel, dass ...

- ... sie mit einem positiven Gefühl nach Hause gehen und Sie weiterempfehlen.
- ... mehr bei Ihnen eingekauft wird, da diese Kaufentscheidungen aus dem Bauch heraus getroffen werden.
- ... Folgetermine vereinbart werden.
- ... andere Kosmetikinstitute uninteressant werden, da es bei Ihnen das beste Gesamtpaket gibt.

CUSTOMER EXPERIENCE

Es ist wichtig, dass sich Ihre Kunden in Ihrem Institut wohlfühlen, dafür gibt es verschiedene Bestandteile der Customer Experience. Dazu zählen unter anderem Ihre Werbemittel, der Online-Auftritt, das Ambiente Ihres Institutes und natürlich der persönliche Kontakt zum Kunden.

Allgemein ist es wichtig, ein wertschätzendes Miteinander zu pflegen. Dies gilt sowohl innerhalb des Teams als auch gegenüber den Gästen sowie

allen weiteren Kontaktpersonen. Respekt, Freundlichkeit und Verständnis sollten daher immer die Basis eines jeden Gesprächs sein.

Ruft der Kunde Sie im Geschäft an, gibt es auch hier einige wertvolle Tipps, die die Customer Experience zu einem schönen Erlebnis machen. Achten Sie daher darauf, dass ...

- ... Sie immer mit einer freundlichen Begrüßung beginnen.
- ... Sie dem Anrufer genug Zeit lassen, um alle Fragen zu stellen. Lassen Sie den Kunden ausreden und unterbrechen Sie ihn nicht.
- ... falls der Anruf gerade zeitlich nicht passt, Sie einen Telefontermin miteinander abstimmen.
- ... bei der Verabschiedung der Kunde zuerst aufliegt, damit er gegebenenfalls noch die Möglichkeit hat, spontan einige letzte Fragen zu stellen.

Und ganz wichtig: Wenn Sie mal nicht an das Telefon gehen können, besprechen Sie am besten Ihren Anrufbeantworter. Hier können Sie beispielsweise Hinweise auf die Online-Terminbuchung, auf das Instagram-Profil auf aktuelle Behandlungs- und Produktangebote geben. Auch während Ihre Kunden Ihr Institut besuchen, können Sie auf eine gelungene Customer Experience achten. Dazu sollten Sie ...

- ... Ihre Kunden immer herzlich willkommen in Ihrem Institut heißen.
- ... Ihre Kunden die Möglichkeit geben, Produkte zu testen. Hierfür eignen sich beispielsweise Experience Tables.
- ... im persönlichen Gespräch immer auf Neuheiten und besondere Angebote hinweisen.
- ... Anwendungstipps geben! Dieses Wissen macht Sie zur Expertin und zeichnet Sie aus, außerdem freuen sich die meisten Kunden über Insider- und Expertentipps!
- ... direkt auch die passenden Treatments vorstellen, wenn Sie einen neuen Kunden haben und beraten.

NEUES SERVICELEVEL

Auch während einer Beauty-Behandlung können Sie die Customer Experience auf ein neues Level bringen

und Ihre Kunden durch exzellenten Service an sich binden.

Damit dies gelingt, beachten Sie am besten die folgenden Tipps:

- Lassen Sie den Kunden immer erst einmal in Ruhe ankommen (vielleicht muss er vor der Behandlung noch auf das WC oder möchte etwas trinken).
- Sprechen Sie über den Hautzustand und erklären Sie dem Kunden die einzelnen Behandlungsschritte (wenn er das möchte).
- Zeigen Sie dem Kunden nach der Behandlung Ihre Pflegeempfehlung für zu Hause, also die Produkte, die er kaufen sollte. Seien nicht sparsam mit Ihren Empfehlungen und denken Sie immer auch an Ergänzungsprodukte. Versuchen Sie dabei aber dennoch den Kunden nicht, zum Kauf zu zwingen, das würde sich negativ auf die Customer Experience auswirken.

UNERWARTETER SERVICE

Auch beim Kassiovorgang sollten Sie sich noch Zeit nehmen. Eventuell hat der Kunde noch Fragen, die es zu beantworten gilt.

Außerdem: Übergeben Sie die Tüte mit den erworbenen Produkten nicht über die Theke, reichen Sie die Tüte persönlich an. Halten Sie außerdem die Tür auf.

Je mehr unerwarteten positiven Service Ihr Kunde erfährt, umso besser wird sein Gefühl beim Verlassen Ihres Instituts sein, und umso positiver und leichter werden Sie in Erinnerung bleiben. Und ein so zuvorkommender Service steigert die Wahrscheinlichkeit, dass Ihr Kunde Bekannten, Freunden und Familie von Ihrem exzellenten Service und seiner positiven Erfahrung erzählt und Sie an Reichweite und neuen Kunden gewinnen.

ONLINE MEHR ERFAHREN!

Exklusiv für Online-Abonnenten: Den Artikel „Bindungen aufbauen“ lesen Sie auf unserer Internetseite unter www.beauty-forum.com. Geben Sie einfach die Nummer 155721 im Suchfeld ein.



Claudia Poledniczek

Die Autorin ist Sales Director für die DACH-Region bei der Babor Beauty Group.

DER BRANCHENAWARD DER PROFESSIONELLEN KOSMETIK



STIMMEN SIE AB:

Bis zum 4. September freuen sich die teilnehmenden Unternehmen auf Ihre Stimme. Voten Sie für die Top-Produkte 2023 und Ihre Lieblingsunternehmen!

www.bf-award.de

VOTEN & GEWINNEN

Unter allen abstimmenden Beauty Professionals verlosen wir dieses Jahr unsere BEAUTY FORUM Stars Award Boxen gefüllt mit diesen großartigen Produkten:



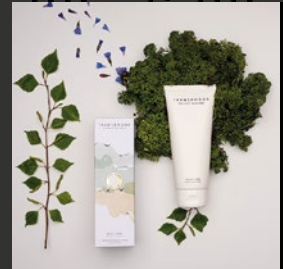
Beauty Labs



BelCos
Cosmetic
GmbH



Deynique
Cosmetics



Dr. Spiller GmbH



epiladerm
international Ltd.



Ionto Health &
Beauty GmbH



JEAN D'ARCEL
Cosmétique GmbH
& Co. KG



MARIA GALLAND
GmbH



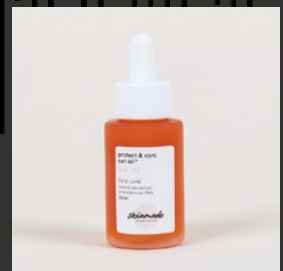
QMS GmbH



REVIDERM AG



Scheller
Cosmetics GmbH



Skinmed GmbH



WAS WÜRDEN SIE TUN?

„Meine langjährige Mitarbeiterin ist fachlich absolut top, allerdings ist sie gegenüber Kundinnen öfters einmal etwas ungehobelt und ungeduldig. Ich weiß nicht, wie ich das ansprechen soll. Wie würden Sie das handhaben?“

Marianne N., Kosmetikerin aus Düsseldorf

DIE EXPERTIN



KRISZTINA TOTH

Die Kosmetikerin ist spezialisiert auf onkologische Kosmetik und zudem als Ausbilderin für Kosmetik sowie als Schulungsleiterin tätig. Sie führt ihr eigenes Kosmetikinstitut Hello Beauty in Münster.
www.hello-beauty-ms.de

Zunächst einmal möchte ich sagen, dass alle meine Mitarbeiterinnen durchweg einen professionell höflichen und gepflegten Umgangston unseren Kundinnen gegenüber haben. Das ist mir sehr wichtig.

Käme ich allerdings doch einmal in eine Situation, in der mir ein patziger oder unhöflicher Ton bei einer meiner Mitarbeiterinnen auffallen würde oder eine Mitarbeiterin ungehalten beziehungsweise nervös agiert, würde ich sie mir nach diesem Vorfall zur Seite nehmen und ein Gespräch mit ihr führen.

DER SACHE GEMEINSAM AUF DEN GRUND GEHEN

Ich würde mit ihr diese Fragen durchgehen: Warum hat sie in dieser Situation gegenüber der Kundin so reagiert? Gibt es Gründe für diese heftige und unangebrachte Reaktion? Liegt etwas privat im Argen? Wünscht sie sich von mir eventuell Hilfe?

Manchmal reicht so ein klärendes, verständnisvolles Gespräch aus, um bei der Mitarbeiterin ein Bewusstsein zu schaffen, wie ihr Verhalten auf die die Kundin wirkt. Die Mitarbeiterin reflektiert ihr Verhalten, während ich

versuche, Lösungsmöglichkeiten und Alternativen anzubieten.

EINEN BESSEREN UMGANG MIT DER SITUATION FINDEN

Im Gespräch können wir gemeinsam klären, wie sie besser mit der Situation umgehen hätte können: Was hätte Sie sagen können, welche Möglichkeiten hätte es noch gegeben? Ich denke, man sollte in so einer Situation zunächst diese drei Aspekte differenzieren:

- Handelt es sich beim Problem um ein personenbezogenes Problem mit dieser speziellen Kundin? Dann werde ich versuchen, den Behandlungsplan der Kundin auf eine Kollegin zu übertragen.
- War es einfach ein Kommunikationsproblem oder ein unpässlicher Tag meiner Angestellten, vertraue ich darauf, dass sie bei der nächsten Behandlung, wieder einen Top-service bietet.
- Handelt es sich um eine wiederkehrende, nicht änderbare Situation und ist meine Kollegin trotz aller Hilfestellungen nicht in der Lage, sich anders zu beherrschen, müssen sich unsere Wege leider trennen. Denn neben dem Wohl meiner Angestellten sollen sich natürlich auch unsere Kundinnen gut angenommen und aufgehoben fühlen.

Brauchen Sie auch einen Rat?

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

STRAFFE HAUT



1

2



3



4



5

1 JEAN D'ARCEL Für eine besonders sanfte Pflege nach der Rasur verspricht das Produkt „baume après rasage – after shave moisturizer“ zu sorgen. Die Wirkstoffe Aloe vera und Panthenol sollen Irritationen, Rötungen Spannungsgefühle sowie Rasurbrand lindern und die Haut durchfeuchten. www.jda.de **2 BELICO** Der hydratisierende Körperpflegeschaum „Zero Body Floating“ verspricht die Haut mit einem Elixier, basierend auf dem Wirkstoff des mexikanischen Kaktus, zu verwöhnen. Die Textur soll Feuchtigkeit spenden und gleichzeitig die Hautbarriere stärken und schützen. www.belico.de **3 DERMALOGICA** Gegen die Zeichen der Hautalterung soll das „Dynamic Skin Retinol Serum“ wirken: Es verspricht Falten zu mildern, die Haut zu texturieren, den Hautton anzugleichen und die Sichtbarkeit der Poren zu minimieren. www.dermalogica.de **4 MARIA GALLAND** Das Produktduo „550 Eye Contour Duo“ überzeugt laut Anbieter mit der neuen Nadel-Tube und verspricht einen strahlenden Blick bei Tag und Nacht. Die Tagescreme soll auf einer lichtreflektierenden Textur basieren und Anzeichen von Müdigkeit mindern. Die Nachtcreme soll mit einer reichhaltigen und nährenden Textur überzeugen. www.mariagalland.com **5 DR. SPILLER** Das „Peptide Performance Eye & Lip Serum“ und die „Peptide Performance Eye & Lip Cream“ versprechen durch hoch konzentrierte Peptide für einen sichtbaren Anti-Aging-Boost der Augen- und Lippenpartie zu sorgen. Die Anwendung soll vor den Folgen von Umweltbelastungen schützen, Mimikfältchen mindern und die Haut sichtbar verjüngen. www.dr-spiller.com

Serie
TEIL 40: ANGIOM

PFLEG MICH WEG!

Makellose Haut lässt sich meist nicht durch eine einzige Behandlung im Institut erreichen. Es bedarf einer Langzeitpflege. In unserer neuen Serie erklären Dermatologen, welche Pflegewirkstoffe Makel der Haut beseitigen.



„Ein Angiom ist völlig ungefährlich, wird von Betroffenen aber durchaus als kosmetisch störend empfunden.“

EIN KURZÜBERBLICK:

1 WIE ZEIGT SICH EIN ANGIOM AUF DER HAUT?

Ein Angiom – auch als Blutschwämmchen bekannt – bezeichnet eine kleine rötliche, erhabene Wucherung auf der Haut, die allein, aber auch in großer Menge auftreten kann. So kommt es durchaus vor, dass Betroffene über Hunderte solcher Blutschwämmchen am Körper und teilweise auch im Gesicht und am Hals entwickeln.

Grund dafür sind Erweiterungen bereits vorhandener Kapillaren in der obersten Hautschicht, die sich dann mit Blut füllen. Die Blutschwämmchen sind scharf begrenzt und haben keinerlei Krankheitswert.

Für den Patienten symptomlos, sind Angiome somit völlig ungefährlich, werden von Betroffenen aber oftmals als kosmetisch störend empfunden. In der Regel treten Angiome ab dem 30. Lebensjahr auf. Eine entscheidende Rolle spielt dabei die genetische Veranlagung.

entfernen. Die Anwendung dauert pro Angiom nur wenige Sekunden. Das Laserlicht wirkt ausschließlich auf die erweiterten Blutgefäße und verodet diese. Zurück bleibt eine Kruste, die nach sieben bis zehn Tagen abfällt.

Die Entfernung kleiner Angiome funktioniert auf diese Weise sehr gut. Sind hingegen großflächigere Wucherungen vorhanden, sind manchmal auch zwei bis drei Laseranwendungen zur vollständigen Entfernung der Angiome notwendig.

2 WIE ENTSTEHT EIN ANGIOM?

Angiome sind gutartige Wucherungen von bestehenden kleinen Blutgefäßen.

3 WIE LÄSST SICH EIN ANGIOM BEHANDELN?

Um bösartige Veränderungen sicher auszuschließen, sollte vor der Behandlung eines Angioms eine dermatoskopische Untersuchung durch einen Facharzt der Dermatologie erfolgen. Handelt es sich in der Tat um ein gutartiges Angiom, lässt sich dieses mithilfe einer einmaligen Behandlung mit dem Farbstofflaser

ONLINE MEHR ERFAHREN! ➡

Exklusiv für Online-Abonnenten: Noch mehr zum Thema Makel auf der Haut lesen Sie auf unserer Internetseite unter www.beauty-forum.com. Geben Sie einfach die Nummer 150958 im Suchfeld ein.



Dr. med. Christian Merkel

Der Dermatologe ist medizinischer Leiter des renommierten Haut- und Laserzentrums an der Oper in München. Neben ästhetischen Behandlungen zur Hautverjüngung zählt auch die klassische und operative Dermatologie zu den Fachgebieten des erfahrenen Hautexperten. www.haut-und-laser-zentrum.de

WIRKSTOFF-POWER



1



3

2



4



1 DR. GRANDEL Das Hautpflege-Duo aus der im August erscheinenden Serie „High Excellence“ verspricht beste Anti-Aging-Ergebnisse. Die Produkte „The Cream“ und „The Face & Eye Serum“ vereinen laut Anbieter in ihren Texturen Hightech-Wirkstoffe der modernen Biotechnologie mit ausgewählten Ölen und botanischen Extrakten. www.grandel.de **2 DOCTOR BABOR** Ein täglicher Booster für unmittelbar glattere und aufgepolstert wirkende Haut verspricht das Produkt „Babor Collagen-Peptide Derma Filler Serum“ aus der „Lifting Cellular“-Linie zu sein. Das Serum soll sich durch eine leichte Textur auszeichnen und schnell einziehen. www.babor.de **3 DR. M. BEAUTY** Die „Skin Repair Phytoplasma Crème“ verspricht die Haut zu durchfeuchten, um trockener Haut entgegenzuwirken. Die Textur soll schnell einziehen und nicht fetten und sich für jeden Hauttyp eignen. www.drmbbeauty.com **4 SELVERT THERMAL** Die Linie „Soin Solaire Suncare“ bietet sechs Sonnenschutzprodukte von Kopf bis Fuß mit unterschiedlichen Lichtschutzfaktoren für eine optimal geschützte und gepflegte Haut. www.clubsante.de

GEWINNSPIEL AUF SEITE 122

Mitmachen

SCHUTZ VOR UMWELTEINFLÜSSEN

LA MER Die Pflegelinie „First Perfection“ ist laut Anbieter die optimale Wahl für junge, anspruchsvolle Haut. Wirkstoffkombinationen aus „Marine Bamboo“, Peptiden, Meereswasser und Meeresschlickextrakt sollen effektiv vor schädlichem Bildschirmlicht schützen und den ersten Zeichen der Hautalterung entgegenwirken. Die Linie umfasst acht Produkte, mit einem dezent pudrig-floralen Duft. Tages- und Nachtcreme sind zudem auch als unparfümierte Variante erhältlich. www.la-mer.com



PFLEGE DEIN BUSINESS

Pflegen, pflegen, pflegen: Das ist das Credo für die Haut der Kundschaft und auch für das Business! Kosmetikerin und Beauty-Coach Christina Wenst gibt Tipps, wie das Kosmetikinstitut in Schuss bleibt. In Teil 8 erklärt Christina Wenst, auf was es bei der Kalkulation von neuen Behandlungen zu achten gilt und wie das neue Angebot beworben werden kann.



DIE EXPERTIN

Kosmetikerin Christina Wenst betreibt ein 200 Quadratmeter großes Institut mit acht Mitarbeitern. www.christina-wenst.de

Schauen Sie doch mal rein: Auf unserem YouTube-Kanal beautyforumtv erklärt Christina Wenst im Kurzvideo noch mehr zum Thema „Neue Behandlungen kalkulieren und bewerben“.

Einfach den QR-Code mit dem Handy scannen und los geht's!

Nach einer Schulung oder beim Kauf von neuen Produkten oder Geräten kommt es dazu, das Angebot dauerhaft oder nach Saison zeitweise zu erweitern.

Ein neues Angebot oder eine zur Saison passende Behandlung kommt bei Kunden gut an. Das zeigt ihnen, dass wir am Ball bleiben und uns Gedanken machen, da wir stets bestrebt sind, ihnen das Beste anzubieten. Aber Achtung: Innovationen sind gut, aber nicht andauernd. Das heißt, wir sollten nicht immer neue Behandlungen anbieten. Unser Angebot sollte überschaubar und seriös bleiben.

DARAUF GILT ES ZU ACHTEN

Bei der Kalkulation einer Behandlung gilt es, Materialkosten, Nebenkosten und die Arbeitszeit mit einzurechnen.

Materialkosten: Wie viel Produkt wird für die Behandlung benötigt? Reinigung, Peeling, Maske etc. – hier muss umgerechnet werden, was die Mengen kosten. Beispiel: 200 Milliliter Waschgel kosten

25 Euro. Für die Behandlung werden 10 Milliliter benötigt, was somit für eine Behandlung 1,25 Euro ergibt.

Nebenkosten: Hier müssen pauschal die laufenden Kosten eingerechnet werden sowie die Anschaffungskosten des Gerätes/Produktes. Ein Handtuch kann circa 200 Mal verwendet werden. Ungefähr ergibt sich hier ein Wert von 0,04 Euro. Dieselbe Rechnung gilt dann auch für die Liege oder den Arbeitsstuhl.

Hinzu kommen monatliche Fixkosten: Miete, Strom, Versicherungen. Dieser Gesamtbetrag X wird auf die Behandlungen umgelegt. Beispiel: 600 Euro Miete, 130 Euro Strom, 80 Euro Nebenkosten, 50 Euro Versicherungen ergeben einen Betrag von 860 Euro im Monat. Dieser wird durch die durchschnittliche Anzahl an Behandlungen im Monat geteilt. Hat eine Kosmetikerin im Monat 140 Behandlungen, wird diese Anzahl durch 860 Euro geteilt. $860 \text{ Euro} : 140 = 6,14 \text{ Euro}$. Die Nebenkosten pro Behandlung betragen also ungefähr 6,14 Euro.

Arbeitszeit: Zum Schluss wird noch die Arbeitszeit berechnet. Umso länger eine Kosmetikerin in der Branche tätig ist, umso erfahrener ist sie, und umso höher sollte ihr Preis pro Minute sein.

MEIN TIPP

Die Behandlung, der Ablauf und der Preis stehen, aber wie bekomme ich die Behandlung jetzt an die Kundschaft? Das sind meine drei Tipps:

- Persönlich dem Kunden anbieten
- Infotafel im Studio
- Social Media wie Instagram, WhatsApp und Co.

DENKEN SIE UM !

So geht's nicht: Ständig neue Behandlungen entwickeln und die Kunden verwirren. Falsch kalkulieren.

So geht's: Sich bewusst für eine neue Behandlung entscheiden. So geht kalkulieren: Material + Nebenkosten + Arbeitszeit = Behandlungspreis.

FRISCHEKICK



1 DR. E. VOSS Das „Calming Body Spray“ verspricht eine harmonische Mischung natürlicher Inhaltsstoffe wie Aloe vera, Ingwerwurzelextrakt oder Hamameliswasser zu sein. Das nicht fettende Spray soll die Haut kühlen und beruhigen. www.drvoess.de
2 SOFRI Für den besonderen Frischekick im Sommer wurden zwei erfrischende Hydrolate entwickelt: Das nach Citrus riechende „Color Energy Orange-Water-Spray“ soll die Haut beruhigen, während das zart blumig duftende „Color Energy Rose-Water-Spray“ laut Anbieter als Haut- und Seelenschmeichler fungiert. www.sofri.com
3 BIOMARIS Das „Micelle Cleansing Tonic“ reinigt und revitalisiert die Haut laut Anbieter auf sanfte Weise und bereitet sie optimal auf weitere Pflegewirkstoffe vor. Das Gesichtswasser mit Mizellentechnologie ergänzt die Anti-Aging-Serie „AgeDefinition System“. www.biomaris.com

EINMAL KÜHLE FÜSSE MIT LIMETTE, BITTE!



NEU

LIMITED EDITION 2023

ÜBERRASCHEN SIE IHRE
FÜSSE UND BEINE MIT
GEHWOL FRISCHE SORBET.

Die kühlende Formel mit
Limette, Wassermintze und
Aloe Vera schenkt der Haut
nachhaltig Feuchtigkeit und
hinterlässt ein erfrischtes
Hautgefühl ohne zu
kleben oder zu fetten.

GEHWOL



EDUARD GERLACH GmbH | Bäckerstraße 4-8 | 32312 Lübbecke | www.gehwol.de

GANZ ENTSPANNT

Ätherische Öle duften nicht nur wunderbar, sie haben auch entspannende und harmonische Effekte für Körper und Seele. Aromaexpertin Marianne Nick stellt vier ätherische Öle vor, die eine ausgleichende und entschleunigende Wirkung auf Ihre Kundinnen haben. Zudem gibt die Kosmetikerin Ihnen ein Kalkulationsbeispiel für eine wohltuende Behandlung.

Die einfachste Variante, „Entspannung“ im Kosmetikinstitut zu zaubern, ist eine Duftlampe mit 100 Prozent natürlichen ätherischen Ölen anzumachen. Duftlampen, die Sie verwenden können, gibt es mit Kerze, als Vernebler (besonders gut für die Raumluft), mit Vlies und elektrisch.

WOHLTUENDE DÜFTE

Vier Düfte sind dabei besonders entspannend und harmonisierend: Lavendel, Neroli, Rose und Rosengeranie. Alle vier haben einen intensiven Duft, sodass wenige Tropfen ausreichen. Zudem haben sie auch in der Behandlung in Form von Zumischungen in Ölen, Cremes und Masken und als fertige Produkte herausragende Funktionen.

1. LAVENDEL FEIN

Ein hervorragendes ätherisches Öl für zarte, geschmeidige Haut und für ein ausgeglichenes Seelenleben ist Lavendel fein. Es ist sehr gut verträglich und hat viele wunderbare Eigenschaften. Körperlich wirkt es antibakteriell, antiviral, wundheilend, zellerneuernd und schmerzstillend. Es gehört als Notfallöl in jede natürliche Hausapotheke. Es kann auf Schürfwunden, Verbrennungen, Sonnenbrand und Blasen aufgetragen werden und sorgt für eine schnellere Genesung der Haut. Seelisch beruhigt

das Öl, fördert den Schlaf und entspannt den Geist. Lavendel fein gibt es in vielen Variationen. Mischen Sie wenige Tropfen des zu 100 Prozent natürlichen ätherischen Öls in Cremes, Fluids und Pflanzenöle. Oder nutzen Sie Lavendelcremes und das beruhigende und ausgleichende Lavendelwasser. Letzteres können Sie mehrmals in einer entspannenden Behandlung über Gesicht und Haare sprühen, auch bei sich selbst. Einatmen – ausatmen – sprühen – den Moment genießen. Die meisten, vor allem Frauen, mögen den Duft.

„WÄHLEN SIE IMMER DÜFTE, DIE SIE MÖGEN. DANN TUN SIE AUCH IHNEN GUT.“



FOTO: MICROGEN/SHUTTERSTOCK.COM

2. NEROLI

Aus den Blüten der Bitterorange wird Neroli gewonnen. Es ist ein stimungsaufhellendes ätherisches Öl und wird auch Rescue für die Haut genannt. Es ist oft in hochwertigen Cremes und Naturparfums verarbeitet. Der Duft wirkt beruhigend und ist blumig frisch und fruchtig. Zusätzlich hat das ätherische Öl antibakterielle und pflegende Eigenschaften. Die enthaltenen Monoterpenole sorgen für Erdung und Ausgeglichenheit. Übrigens werden vom Bitterorangenbaum mehrere Partien destilliert: Neroli aus den Blüten des Bitterorangenbaums. Aus den Blättern, kleinen Zweigen und unreifen Früchten wird Petit-Grain-Öl gewonnen. Aus den Fruchtschalen wird Bitterorangenöl gewonnen. Träufeln Sie zwei Tropfen auf den Puls Ihrer Hände und hinter die Ohren. Dann begleitet Sie der fröhlich machende Duft als Naturparfüm ein paar Stunden und ver-süßt Arbeit und Leben.

3. ROSE

Die Königin der Blumen, die Rose, steht für Liebe und Schönheit. Das ätherische Öl wirkt entzündungshemmend und antibakteriell auf körperlicher Ebene. Es regeneriert die Haut und fördert die Wundheilung. Rötungen und Couperose können gemildert werden. Durch die zellerneuernden Eigenschaften wird die Haut gepflegt und ihr Teint ebenmäßiger. Auf der seelischen Ebene wirkt die Rose harmonisierend und beruhigend, ausgleichend und erdend. Da das Öl sehr teuer ist, wird es in drei- bis zehnprozentigen Verdünnungen angeboten.

Der Duft ist so intensiv, dass dies vollkommen ausreicht. Ein zu 100 Prozent naturreines ätherisches Rosenöl wirkt positiv bei Narben, Neurodermitis und trockener Haut. Aber auch psychischer Stress kann gelindert werden, wenn wir ein bis zwei Tropfen davon in eine Duftlampe geben. Ein Tropfen ist bereits ein wunderbar duftendes Naturparfüm. Naturreines Rosenöl ist zudem vor allem im Sommer ein angenehmes Haarwasser. Rosenwasser ohne Alkohol ist eine

Kalkulation: Behandlung zur Harmonie und Entspannung

Schritte	Produkte/Inhaltsstoffe	Warenkosten
Anfangsritual	Ausgleichender Duft	0,25 Euro
Reinigung Gesicht	Milch oder Fluid	0,15 Euro
Peeling	Weißer Tonerde mit ätherischen Ölen	0,15 Euro
Duftkompressen	Duftwasser	0,15 Euro
Wirkstoffzufuhr	Aloe-vera-Gel	0,50 Euro
Pinselfmassage	Seidenpinsel	0,10 Euro
Maske	Crememaske	0,50 Euro
Handmassage	Handcreme	0,40 Euro
Duftkompressen	Duftwasser	0,15 Euro
Massage	Kakaobutter	0,80 Euro
Tonisieren	Gesichtswasser	0,15 Euro
Lippenpflege	Balsam	0,10 Euro
Augenpflege	Augencreme	0,40 Euro
Tagespflege	Creme	0,80 Euro
Abschlussritual	Duft	0,25 Euro
Wareneinsatz		4,85 Euro
Dienstleistungspreis		90,00 Euro
Fixe Kosten pro Behandlung		8,00 Euro
Preis gesamt:		102,85 Euro
Preisempfehlung (inkl. 19 % MwSt.):		123,00 Euro

sanfte Babypflege und lindert Augenentzündungen. Bitte beachten Sie, dass ein günstiges Rosenprodukt niemals ein echtes, naturreines Rosenöl beinhalten kann. Im besten Fall wird es durch die ebenfalls pflegende und natürliche Rosengeranie ersetzt. Im schlechtesten Fall ist der Duft einfach nur synthetisch erzeugt und hat keinerlei herausragende Eigenschaften.

4. ROSENGERANIE

Die Rosengeranie ist eine günstige Alternative zur Rose und hat ebenfalls viele hautfreundliche Eigenschaften. Bereits in niedriger Dosierung riecht der Duft sehr intensiv und ist dem Rosenduft zum Verwechseln ähnlich. Das ätherische Öl Rosengeranie wird zur Narbenbehandlung genommen, ist wundheilend, beruhigend und stark regenerierend für die Haut. Sie können es in Massageöl und Masken mischen oder in bereits fertigen Cremes verwenden. Der Duft ist lieblich, feminin. Körperlich ist auch die Rosengeranie antibakteriell, anti-

viral, narbenpflegend und entzündungshemmend. Es stärkt die Psyche, gibt uns Kraft, Geduld und Ausgeglichenheit.

KAKAObUTTER FÜR MASSAGEN

Kakaobutter ist besonders reichhaltig und wohltuend für die Haut. Ihr Duft umhüllt und gibt Geborgenheit. Sie eignet sich besonders gut für trockene und auch unreine Haut. Oftmals ist Kakaobutter Bestandteil von Wundsalben, da sie Hautschäden reguliert, antibakteriell und wundheilend wirkt. Nutzen Sie die Kakaobutter für eine beruhigende, ausgleichende, entspannende Massage.



Marianne Nick

Die Autorin ist seit 25 Jahren in der Branche tätig. Ihr Schwerpunkt liegt auf dem Naturkosmetikbereich. Sie ist als Reha- und Präventionstrainerin, Autorin von Kosmetikatagebüchern und Aromaexpertin tätig.

DIE RICHTIGE VORBEREITUNG DES NATURNAGELS, TEIL 2

DER NAIL-CHECK

Wenn wir uns einmal nur die Größe eines Naturnagels genau ansehen und die Proportionen mit einer Feile oder unseren Fräserbits vergleichen, dann fällt direkt schon einmal auf, dass der Fräseraufsatz besser in kleine Ecken und Nischen kommen kann als eine Feile. Doch mit welchem Instrument können Sie den Naturnagel am besten auf die Modellage vorbereiten?



FOTO: SERHII YEVDOKIMOV/SHUTTERSTOCK.COM

Es gibt immer große Meinungsunterschiede, was besser oder schlechter ist: fräsen oder feilen? Die Nagelhaut kann zum Beispiel mit einem speziellen Nagelhaut-Fräserbit zu 100 Prozent entfernt werden. Eine manuelle Entfernung mit einem Cuticula Preparer ist nicht ausreichend und wird die Modellage immer wieder zum Lifting bringen. Der Fräser spart auch viel Zeit und Energie beim Arbeiten ein, und ein perfekteres und sauberes Endergebnis wird schneller erreicht. Liftings und lockere Model-

lagebereiche können sanfter, schneller und produktschonender entfernt werden. Wenn auf dem Lifting gefeilt wird, vergrößert sich das Lifting durch den Druck, den die Feile ausübt. Sollte jedoch der Nageldesigner mit dem Fräser noch nicht routiniert genug sein, kann der Fräser auf der Nagelplatte heiß werden, oder es kann eine Verletzungsgefahr bestehen. Sie können mit den Fräserbits die Modellage noch grob vorfräsen, aber für den letzten Feinschliff ist es unerlässlich, eine Handfeile zu benutzen.

UNVERZICHTBARES INSTRUMENT

Ein Fräserbit kann die Oberfläche und auch die Nagelränder nie zu 100 Prozent glatt befeilen. Auch die Form des Nagels kann ausschließlich mit einer Feile gefeilt werden, hier kommt der reine Fräserinsatz definitiv an seine Grenzen.

Es gibt auch Kunden, die das Geräusch oder das Gefühl eines Fräasers nicht aushalten können und deshalb gezielt Studios aufsuchen, die ohne Fräser arbeiten. Dies ist oft einer Parallelangst vor dem Zahnarzt oder schlechten Vorerfahrungen mit dem Fräser geschuldet. Sicher ist jedoch, dass eine Handfeile ohne Fräser auskommt, andersherum der Fräser auf keinen Fall auf den Einsatz der Feile verzichten kann. Somit ist die Handfeile das autarkere System.

DIE RICHTIGE VORBEREITUNG

Naturnagel richtig vorbereiten: Soll der Nagel nur sauber werden, eine Maniküre oder sogar eine Russian Maniküre erhalten? Für eine richtige Nagelbehandlung ist es Pflicht, den Naturnagel erst einmal perfekt vorzubereiten.

- Dazu benötigen Sie die richtigen Fräserbits und feine 240-Grat-Feilen. Ein Cuticula-Fräseraufsatz hat ein sehr kleines Köpfchen, das im besten Fall mehrfach verzahnt ist und in jeder Ecke des Nagelfalzes die Nagelhaut zu 100 Prozent entfernt.
- Im zweiten Schritt befreien Sie die Nagelplatte von der natürlichen

Isolationsschicht des Naturnagels, diese Schicht besteht aus körpereigenen Fetten und Mineralsalzen. Sie können diese mittels eines konischen Trommel-Fräserbits mit Diamantbeschichtung oder mit einer feinen 240-Grat-Feile entfernen.

- Wenn die Naturnagelvorbereitung noch ausführlicher vorgenommen werden und ein manikürendes Ergebnis erhalten soll, dann müssen Sie die Haut des Nagelwalls weich machen und von abgestorbenen Hautschüppchen befreien. Dies können Sie wie in der klassischen Maniküre mit einer Nagelhautzange oder wie bei einer Russian Maniküre komplett mit unterschiedlichen Fräserbits entfernen, glätten und weich fräsen.

Besonderheit der Russian Maniküre

Bei einer Russian Maniküre ist das Besondere, dass keine Nagelhautzange eingesetzt wird. Es wird die Nagelhaut komplett mit unterschiedlichen Fräserbits in Perfektion getrimmt, verschönert, gereinigt und weich gemacht.

DIE ALLTÄGLICHE ARBEIT AUFWERTEN

Bei der Vorbereitung der Naturnagelplatte vor der Modellage muss sauber und perfekt gearbeitet werden. Dabei ist der Einsatz von Nagelhaut-Fräserbits unverzichtbar. In der abschließenden Perfektion und Genauigkeit gibt es verschiedene Abstufungen, die die Behandlung sehr aufwerten und den Preis sowie die Arbeitszeit erhöhen. Hier ist gerade die Handfeile ein Instrument, auf das man im Studioalltag nicht verzichten kann.



Christine Hagl

Die Geschäftsführerin, Außendienst- und Schulungsleiterin von ABC Nailstore München ist auch als Nailart-Künstlerin tätig und gibt ihr umfangreiches Know-how als Fachautorin weiter.

GICHT IN DER FUSSPFLEGE

„Ich habe einen Gichtanfall!“, hört man in der Fußpflegepraxis häufiger. Doch was bedeutet „ein Gichtanfall“? Mit was für einem Krankheitsbild haben wir es zu tun und können wir in der Fußpflegebehandlung helfen? Erfahren Sie in diesem Artikel, was Gicht bedeutet und welche Tipps Sie mitgeben können.

Gicht ist eine Stoffwechselerkrankung und gehört zu den rheumatischen Erkrankungen. Sie macht sich durch entzündliche Prozesse meist in der zweiten Lebenshälfte bemerkbar. Wenn es dazu kommt, dass Menschen plötzlich über Beschwerden in den Zehengelenken, bevorzugt dem Großzehengrundgelenk, klagen, dann kann es sein, dass ein Gichtanfall vorliegt. Gicht ist kein Krankheitsbild, das in der Fußpflege oder Podologie direkt zum Behandlungsrahmen gehört. Es ist aber so, dass Gicht viele Folgefaktoren auslöst, und hier wäre es hilfreich, sich damit besser auszukennen.

WELCHE URSACHEN LIEGEN HIER ZUGRUNDE?

Im Körper wird die produzierte Harnsäure über den Urin ausgeschieden. Wenn der Körper aber zu viel Harnsäure (Hyperurikämie) produziert oder der Stoffwechsel nicht in der Lage ist, die Harnsäure abzutransportieren, dann verbleibt die überschüssige Harnsäure im Körper. Das führt zu folgendem Problem: Die zu viel produzierte Harnsäure wandelt sich in Harnsäuresalz- (Urat) Kristalle um. Doch wohin damit? Der Körper lagert diese Harnsäuresalzkristalle vorzugsweise in Gelenken, Sehnen, Schleimbeuteln oder auch im Ohrenknorpel ab. Da sich aber Salzkristalle in einem

Gelenk nicht so gut machen, löst dieses in den betroffenen Gelenken Beschwerden und akute Entzündungen aus. Dieser Prozess wird im Volks-

ONLINE MEHR ERFAHREN!

Exklusiv für Online-Abonnenten: Den Artikel „Hallux Rigidus – Jeder Schritt eine Qual“ finden Sie auf unserer Internetseite unter www.beautyforum.com. Geben Sie einfach die Nummer 151292 im Suchfeld ein.



5 Symptome für Fußprofis

1. Der Fuß ist in dem Gelenkbereich empfindlicher als normalerweise, auch Bettlaken können dann wehtun.
2. Das Schmerzbild beim morgendlichen Anlaufen ist deutlich höher, nimmt aber beim weiteren Gehen wieder ab.
3. Die Betroffenen berichten, dass morgens die Gelenke auch an den Fingern „knirschen“ und die ersten Bewegungen schmerzen, es dann aber wieder verschwindet, wenn die Gelenke wärmer werden und sie diese mehr bewegen.
4. In der Nacht verschlimmern sich die Schmerzen massiv.
5. Der Fuß fängt an anzuschwellen, häufig ist das Großzehengrundgelenk als Erstes betroffen. (Nicht zu verwechseln mit einem (Hallux valgus)! Dann ist der Bereich deutlich gerötet und meist überwärmt, die Haut bekommt einen „Glanz“.



Gichtknoten an der Ferse, äußerlich durchaus mit einer Druckstelle zu verwechseln.



Achtung: Ein Gichtknoten an der Ferse ist immer sehr akut.

mund „Gichtanfall“ genannt. Bis es zu einem Gichtanfall kommt, können Jahre vergehen. Kleine Symptome bleiben meist vorerst unentdeckt. Erst durch plötzlich akute Entzündungen werden die Betroffenen aufmerksam.

WARUM BETRIFFT DAS DIE FUSSPFLEGE?

In der medizinischen Fußbehandlung werden häufig Probleme beklagt, die auf etwas anderes hinweisen, was aber in der momentanen Situation nicht zu sehen ist. Gerade unsere älteren Patienten leiden unter Gelenksbeschwerden. Ein frühzeitiger Verdacht, dass es sich um Gicht handeln könnte, kann bei den Leidgeplagten vielleicht einen Anfall vermeiden. Bei langjähriger Gichterkrankung kann es zu Folgeschäden, den Gichtknoten (Gicht-Tophi), kommen. Diese entstehen, wenn Harnsäure sich in der Haut ablagert. Diese Tophi lagern sich häufig in körperfernen (kühleren) Regionen ab, da die Harnsäure dort besser auskristallisieren kann. Es ist hilf-

reich, diese Tophi einmal gesehen zu haben, denn am Fuß könnten diese auch mit Druckstellen verwechselt werden.

WAS HILFT DEN BETROFFENEN?

Wenn der Verdacht aufkommt, dass es sich um einen Gichtanfall handeln könnte, soll der Patient unbedingt zum Arzt gehen.

In einer Blutuntersuchung kann schnell festgestellt werden, ob der Harnsäurewert im Blut nicht normal ist. Medikamente werden dann zur Behandlung der überschüssigen Harnsäure eingesetzt. Sollte schon eine akute Entzündung vorliegen, werden antientzündliche Schmerzmittel (antiphlogistische Analgetika), zum Beispiel Ibuprofen in einer Hochkonzentration, verschrieben. Es ist sehr gut möglich, die Harnsäurewerte durch eine lebenslange Ernährungsumstellung auf eine maximale Minimierung der Purine in den Lebensmitteln zu normalisieren. Dann müssen Medikamente nicht mehr zwingend notwendig sein.

TIPPS IM FALL DER FÄLLE

- Die Bewegung auf ein Minimum reduzieren, den Fuß schonen.
- Schuhwerk wenn möglich weglassen oder leichte nicht drückende Schuhe tragen (gegebenenfalls einen Verbandschuh für den akuten Schub).
- Kühlen, kühlen, kühlen ... Aber nicht vereisen!
- Schmerzmedikamente regelmäßig und ausreichend dosiert nehmen
- Viel trinken!
- Absoluter Verzicht auf Alkohol! Die Ernährung auf purinarme Nahrungsmittel umstellen.
- In der Homöopathie wäre eine Entsäuerung anzustreben.



Maren Bloß

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

PMU MIT PROMI-FAKTOR

Dauerhaft perfekt geschminkt? Permanent Make-up macht es nicht nur für die Promi-Zwillinge Julia und Nina Meise, bekannt aus der TV-Werbung, möglich. Von den beliebtesten Techniken über medizinische Einsatzbereiche bis zum Heilungsprozess berichtet Permanent-Make-up-Spezialistin Sara Pavo.



FOTO: PATRICK KAUT

Ein dauerhafter Make-up-Look und die damit verbundene Zeitersparnis des Schminkens sind der Traum vieler Frauen. Kein Ärger über ungleich sitzende Lidstriche und kein Verwischen beim Sport, an heißen Tagen oder in der Sauna – Permanent Make-up und seine vielfältigen Techniken machen es möglich.

Dabei handelt es sich um eine Schönheitsbehandlung, die mithilfe von Pigmentiergeräten und -farben von einer Kosmetikerin in die Gesichtshaut eingearbeitet wird – ob bei Augenbrauen, Lidkranzverdichtung, Lidstrichen sowie bei der Kontur oder Schattierung der Lippen. Die feinen und präzisen Techniken des professionellen Permanent Make-ups ermöglichen seiner Trägerin ein besonders natürliches und hochwertiges Ergebnis.

BERATUNG UND BEHANDLUNG

Vor Beginn der kosmetischen Tätowierung steht die ausführliche und individuelle Kundenberatung. Neben dem Anzeichnen des gewünschten Looks auf der relevanten Gesicht- oder Körperstelle steht auch ein Kostenvoranschlag.

Jeder Körper und das zugehörige Ergebnis sind individuell von der Beschaffenheit der Haut und den Lebensumständen abhängig. Daher können die Kosten pro Behandlung – je nach Aufwand – variieren, und auch die richtige Wahl der Technik für das Beauty-Tattoo ist entscheidend.

TECHNIKEN FÜR AUGENBRAUEN

Dünne Augenbrauen sind passé und gehören der Vergangenheit an. Doch das jahrelange und fleißige Zupfen

hat oft Spuren hinterlassen, und die Härchen wachsen meist nur noch vereinzelt nach. Die Augenbrauen sind ungleich und ohne Fülle.

Kundinnen, die sich wieder buschige Augenbrauen wie die Stars und Sternchen wünschen, kann PMU helfen. Für jeden Hauttyp sowie für jede Augenbrauenform gibt es eine passende Lösung.

Dabei stehen zwei unterschiedliche Techniken zur Auswahl: die sogenannte Schattierung oder das Microblading.

Microblading-Technik: Microblading ist derzeit eine beliebte Technik bei kosmetischen Tätowierungen und ermöglicht dank Härchenzeichnung ein besonders natürliches Ergebnis. Dabei verzichtet der PMU-Artist auf das klassische Permanent-Make-up-Gerät. Stattdessen werden mit 18 aneinandergelöteten feinen Nadeln winzige Striche in die Haut geritzt und Farbe auf die Augenbrauen aufgetragen. Die feine Arbeitsweise verlangt der Kosmetikerin eine ruhige Hand und ausreichend Expertise ab. Nur so entstehen verdichtete Brauen, die im natürlichen Look mit einer Art 3D-Effekt erscheinen.

Hairstroke-Technik: Daneben erfreut sich zunehmend eine spezielle und weiterentwickelte Hairstroke-Technik großer Beliebtheit. Hier werden feinste Härchen mit dem Pigmentiergerät maschinell präzise und schonend in die zweite Hautschicht gestochen, ganz knapp unter der ersten.

Pudertechnik: Bei der Pudertechnik werden feine Pünktchen in einem sanften Farbverlauf pigmentiert, die aussehen wie aufgesprüht oder als ob die Augenbrauen mit einem dezenten Puder nachgezeichnet wurden. Korrekturarbeiten sind dagegen nur

mit der klassischen Maschine möglich. Eine Behandlung dauert bei der ersten Sitzung in der Regel zwischen eineinhalb und zweieinhalb Stunden.

Stardust-Lidstrich: Ob Wimpernkranzverdichtung für mehr Volumen oder ein dauerhafter Lidstrich für einen atemberaubenden Augenaufschlag mit einem geöffneten Blick – besonders mysteriös wirkt der „Stardust-Lidstrich“.

Hier setzt sich der Lidstrich aus vielen kleinen Punkten zusammen und sorgt auf diese Weise für eine sanfte Schattierung. Wer es besonders dezent mag, wählt für den Lidstrich eine unauffälligere Farbe wie beispielsweise zarte Brauntöne.

TECHNIKEN FÜR DIE LIPPEN

Viele Frauen haben den Wunsch nach voluminöseren oder gleichmäßigeren Lippen. In der Vergangenheit wurde hier mit sehr dunklen Rändern gearbeitet.

Inzwischen ist der Einsatz von Farben dezenter geworden, und der Trend geht in Richtung Lippenschattierung. Dabei werden die Konturen soft nachgezeichnet und die Lippenfarbe sanft schattiert. Aber auch der Einsatz von auffälligen Rottönen wurde durch dezente Nude-Töne abgelöst.

- Bei der Lippenmodellierung wird der Rand der Lippen in der natürlichen Lippenfarbe konturiert, um Ungleichheiten auszugleichen oder die Lippenform zu perfektionieren.
- Bei der Lippenkonturierung verwendet der Kosmetikprofi eine dunklere Farbnuance, um den Mund zu betonen.
- Es können aber auch die gesamten Lippen gefärbt werden – meist nicht in Knallrot, sondern in einem natürlichen Farbton.

PMU versus Tätowierung

Der größte Unterschied zwischen einer Tätowierung und einem Permanent Make-up sind die Farben. Aufgrund der unterschiedlichen Farben hält PMU nicht so lange wie eine Tätowierung, aber in der Regel für viele Jahre. PMU verblassen schneller als eine Tätowierung. Lebensstil, Sonnen- und Lichteinwirkung, Hauttyp und individuelle Hauterneuerung sind auch ausschlaggebend für die Haltbarkeit. Eine Tätowierung wird direkt in die zweite Hautschicht gestochen, ein PMU knapp unter der ersten in die zweite.

ONLINE MEHR ERFAHREN!

Exklusiv für Online-Abonnenten: Mehr über Permanent Make-up nach OP und Co. erfahren Sie auf unserer Internetseite unter www.beautyforum.com. Geben Sie einfach die Nummer 155562 im Suchfeld ein.



Mit Microblading kann durch die Härchenzeichnung ein natürlicher Look entstehen.



Der Stardust-Lidstrich setzt sich aus vielen kleinen Punkten zusammen.



Durch die Aquarell-Lips-Technik entsteht ein moderner, natürlicher Look.

- Großer Beliebtheit erfreut sich derzeit die Technik der sogenannten Aquarell Lips. Mittels eng gesetzter Pünktchen in kräftigen Farben entsteht bei dieser raffinierten Pigmentiertechnik ein moderner sowie natürlicher Look.

Neben der richtigen Technik kommt es bei den Lippen vor allem auf die Wahl des passenden Farbtons an, um ein möglichst hochwertiges und

gewählter Pflegeprodukte können Krebspatienten wieder Hoffnung schöpfen. Insbesondere die Technik im Bereich des professionellen, „medizinischen“ Permanent Make-ups unterstützt die Menschen dabei, wieder mehr Selbstbewusstsein, Normalität, Wohlbefinden im eigenen Körper und nicht zuletzt mehr Lebensqualität zu erlangen. Ein wesentlicher Faktor, der auch für den Hei-

len, sind meist zwischen zwei und drei Sitzungen notwendig. Die Schwellungen gehen im Anschluss zurück, und die Pigmente verblassen meist im Lauf des Heilungsprozesses und der ersten Wochen. Dies bedeutet aber auch, dass selbst ein Permanent Make-up nicht dauerhaft ist und nach und nach verblasst. Meist halten die kosmetischen Kunstwerke nur für ein paar Jahre und müssen dann entsprechend nachgestochen werden.

„KUNDINNEN, DIE SICH WIEDER BUSCHIGE AUGENBRAUEN WIE DIE STARS WÜNSCHEN, KANN PMU HELFEN.“

stimmiges Ergebnis zu erzielen. Gleichzeitig ist die Deckkraft wichtig, um sowohl Korrekturarbeiten als auch auf Wunsch eine intensive Vollschattierung zu gestalten.

MEDIZINISCHES PMU

Neben dem kosmetischen Einsatzbereich des Permanent Make-ups gibt es auch medizinisch indizierte Gründe für eine solche Behandlung, so zum Beispiel die Zeichnung der Haut nach einer schweren Erkrankung wie Krebs oder Alopecia (kreisrunder Haarausfall). Dank moderner und innovativer Behandlungen sowie aus-

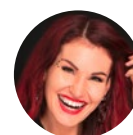
lungsprozess nicht ganz unwesentlich ist. Neben Augenbrauen und Lidstrich gewinnt die Rekonstruktion von Brustwarzen nach einer Amputation zunehmend an Bedeutung. Diese erfordert bei den Kosmetikerinnen besonders viel Feingefühl und vor allem speziell erlerntes Expertenwissen in diesem Bereich.

DAUER DER ERGEBNISSE

Direkt nach der Behandlung sollte auf eine direkte Sonneneinstrahlung, zu fettige Cremes und starkes Schwitzen verzichtet werden. Um ein perfektes und finales Ergebnis zu erzie-

TALENT, TECHNIK UND CO.

Mikropigmentation ist eine Kunst, die nach einem einwandfreien Auge sowie einer hochmodernen Technik und einem großen Talent verlangt. Permanent Make-up bewegt sich an der Grenze zur Schönheitsmedizin und bedarf neben erstklassiger Beratung auch hochwertiger Produkte.



Sara Pavo

Die Autorin ist Inhaberin und Gründerin des Instituts Sara

Pavo Cosmetics und gefragte Permanent-Make-up-Spezialistin. www.sarapavo.de



TESTEN SIE IHR WISSEN!

Die Verordnung zum Schutz vor schädlichen Wirkungen nichtionisierender Strahlung bei der Anwendung beim Menschen (NiSV) regelt die Anwendung von bestimmten Geräten und Anlagen. Seit 1. Januar 2023 müssen Sie als Anwender die erforderliche Fachkunde nachweisen, um diese Geräte weiterhin einsetzen zu dürfen.

NISV-FACHKUNDE TEIL 29: EMF IN DER KOSMETIK

FRAGE 1: Der menschliche Körper besitzt ... (Einfachauswahl)

- A. keine Leitfähigkeit für Strom. B. nur im Wasser eine Leitfähigkeit für Strom. C. je nach Gewebe eine unterschiedliche Leitfähigkeit. D. überall im Gewebe die gleiche Leitfähigkeit für Strom.

LÖSUNG: ANTWORT C IST RICHTIG.

FRAGE 2: Wenn ein Strom nur für einen kurzen Moment fließt ... (Einfachauswahl)

- A. bezeichnet man dies als Sekundenphänomen. B. bezeichnet man dies als Kurzzeitstrom. C. bezeichnet man dies als Niederzeitstrom. D. bezeichnet man dies als Impuls.

LÖSUNG: ANTWORT D IST RICHTIG.

FRAGE 3: Bei der Gleichstromtherapie ... (Einfachauswahl)

- A. reizt der Gleichstrom die Nerven der Gefäßwand, und es kommt zur Steigerung der Durchblutung. B. lähmt der Gleichstrom die Nerven der Gefäßwand, und es kommt zur Drosselung der Durchblutung. C. reizt der Gleichstrom die Nerven der Gefäßwand, und es kommt zur Drosselung der Durchblutung. D. lähmt der Gleichstrom die Nerven der Gefäßwand, und es kommt zur Steigerung der Durchblutung.

LÖSUNG: ANTWORT A IST RICHTIG.

ONLINE MEHR ERFAHREN!

Exklusiv für Online-Abonnenten: Noch mehr zum Thema NiSV erfahren Sie auf unserer Internetseite unter www.beauty-forum.com. Geben Sie einfach die Nummer 152078 im Suchfeld ein.



Rose Steffen

Die Autorin ist Kosmetikerin und Heilpraktikerin. Zudem ist sie Geschäftsführerin der Baga Bildungsakademie für Gesundheit und Ästhetik.

ACHTUNG: AKTINISCHE KERATOSE

Mit Sonne erscheint alles gleich viel einfacher! Aber als Haut-Profi wissen Sie um das erhöhte Hautkrebsrisiko. Was sind präventive Maßnahmen, um Schäden, die durch UV-Licht entstehen, vorzubeugen? Und wie lässt sich feststellen, dass bereits veränderte Zellen vorliegen? Die Antworten geben die beiden Dermatologinnen Dr. med. Christine Schrammek-Drusio und Christina Drusio.



FOTO: PAVEL_DP/SHUTTERSTOCK.COM

Zunächst ist es wichtig zu wissen, dass die Haut zwar eine gewisse Eigenschutzzeit gegenüber der Sonne besitzt, aber trotzdem UV-Strahlung zu den folgenreichsten Umwelteinflüssen für die Haut zählt. Das liegt zum Beispiel daran, dass sich durch das Ausdünnen der Ozonschicht die Stärke der UV-B-Strahlung auf der Erde intensiviert hat, aber auch an einem allgemein geänderten Lifestyle. Viele Menschen verbringen mehrere Wochen im Jahr in sonnenstarken Gebieten, sei es im Ski- oder auch Sommerurlaub oder beides. Des Weiteren ist auch der Anteil von Outdoorfreizeit gestiegen. Dadurch bedingt, sind die natürlichen Schutzmechanismen der Haut gegenüber der UV-Strahlung oft rapide ausgereizt.

LIEBER MIT LICHTSCHUTZ

Lichtschutz stellt folglich als präventive Maßnahme vor UV-induzierten Schäden wie frühzeitiger Hautalterung (Photoaging), Hyperpigmentierungen und im schlimmsten Fall sogar Hautkrebsvorstufen (zum Beispiel



Die Aktinische Keratose tritt oft an sonnenlichtexponierten Stellen wie hier der Glatze auf.

schmerzenden Sonnenbrände aus. UV-A-Strahlen sind verantwortlich für die schnelle Sofortbräune, die jedoch „nur“ durch eine Umverteilung des schon vorhandenen Pigments entsteht. Vor allem führen UV-A-Strahlen jedoch zu vorzeitiger Hautalterung (Photoaging) und können Lichtallergien auslösen.



Die Aktinische Keratose zeigt sich als rötlicher Fleck, der dann weißlich-graue Hornschuppen bildet.

Texturen von Fluids über Lotionen bis hin zu Cremes zur Verfügung stehen. Es ist folglich recht aufwandsarm, täglichen UV-Schutz in die Pflege zu integrieren und auch bei ausgedehnten Urlauben geeignete Präparate anzuwenden, die weder kleben noch einen weißen Film auf der Haut hinterlassen, sondern einfach beziehungsweise angenehm in der Anwendung sind. Weitere präventive Maßnahmen sind textiler Lichtschutz sowie das Meiden der direkten Mittagssonne.

HÄUFIG: AKTINISCHE KERATOSE

Sowohl UV-A- als auch UV-B-Strahlen können zur Schädigung des Erbguts (DNA) der Hautzellen führen, was in der Folge irreparable Hautschäden, Hautkrebsvorstufen bis hin zu „echtem“ Hautkrebs verursacht.

Vor allem kann die häufigste Hautkrebsvorstufe, die Aktinische Keratose (AK), entstehen. Sie stellt einen durch UV-Strahlung verursachten chronischen Lichtschaden der Haut dar. Und sie tritt vor allem bei hellhäutigen Menschen (ab circa 50 Jahren) auf. Männer sind deutlich häufiger betroffen, vor allem bei jahrelanger Arbeit im Freien oder ausgeprägten Freizeitgewohnheiten im Freien.

Lokalisiert ist die Aktinische Keratose bevorzugt an sonnenlichtexponierten Stellen, zum Beispiel im Ge-

Risikofaktoren für Aktinische Keratose

- UV-empfindlicher Hauttyp (Fitzpatrick I und II)
- Outdoorberufe mit viel Sonnenexposition
- häufige Freizeitaktivitäten im Freien/in der Sonne (zum Beispiel Segeln)
- jahrzehntelange UV-Exposition (chronische UV-Belastung der Haut)
- fortgeschrittenes Lebensalter
- Einnahme lichtsensibilisierender Medikamente
- geschwächtes Immunsystem (durch Erkrankung oder Medikamente)

Aktinische Keratosen) oder Hautkrebs einen essenziellen Teil der Hautpflege dar.

Für die Haut sind insbesondere UV-A- und UV-B-Strahlen von großer Bedeutung. Sie haben abweichende Energielevel und damit auch unterschiedliche Auswirkungen auf die Haut. UV-B-Strahlen verursachen die Hautbräune im Rahmen der Spätpigmentierung, die Verdickung der Hornschicht (Lichtschwiele) und fördern die Vitamin-D-Synthese. Allerdings lösen diese Strahlen auch die

Daher ist neben einem allgemein hohen Lichtschutz auch zuverlässiger UV-A-Schutz von großer Bedeutung. Sowohl Sonnenschutzprodukte als auch Tagespflege mit LSF (Lichtschutzfaktor) sollten immer einen UV-A-Schutz von mindestens einem Drittel des ausgewiesenen Lichtschutzfaktors aufweisen, um zuverlässig und umfassend zu schützen. Erfreulicherweise lässt sich feststellen, dass bereits eine Vielzahl an Produkten im Markt diese Vorgabe erfüllen und vor allem sehr angenehme



Wenn größere Hautflächen von einer Aktinischen Keratose betroffen sind, kann eine PDT durchgeführt werden.

sicht, an den Ohrmuscheln, am Dekolleté, auf dem Handrücken oder auf dem Kopf – bei schütter werdendem Haar beziehungsweise Glatze. Sie kann jedoch auch überall an der Haut entstehen.

Ursächlich ist eine jahrelange, wiederholte UV-Exposition, meist ohne entsprechende Schutz- beziehungsweise Präventivmaßnahmen sowie die Nutzung von Solarien. Häufig findet man bei Aktinischer Keratose parallel weitere Zeichen eines chronischen Lichtschadens der Haut, zum Beispiel starke Faltenbildung, Verlust an Elastizität oder auch unregelmäßige Pigmentierung.

Die Aktinische Keratose zeigt sich an der Haut zunächst als rötlicher Fleck, der nach einiger Zeit weißlich-graue Hornschuppen (Hyperkeratosen) bildet. Sie kann einzeln oder an mehreren Arealen auftreten und verursacht gemeinerweise in der Regel keine Beschwerden. Patienten beschreiben diese Hautveränderungen häufig als raue Stellen, die trotz wiederholtem Eincremen nicht abklingen.

Bei Vorliegen einer solchen Hautveränderung sollten Sie Ihre Kunden an

einen Dermatologen verweisen und die Hautveränderung in der Behandlung besser aussparen.

WEISSE HAUTKREBSARTEN

Aus unbehandelten Aktinischen Keratosen kann sich ein „echter“ weißer Hautkrebs entwickeln. Weiße, helle Hautkrebsarten werden unterteilt in Basalzellkarzinome (Basaliome) und Spinalzellkarzinome (Spinaliome). Das Basaliom hat keine Krebsvorstufe, wächst langsam und bildet in der Regel keine Metastasen. Aus einer Aktinischen Keratose kann sich in circa 16 Prozent der Fälle ein Spinaliom (Spinalzellkarzinom oder auch Stachelzellkrebs) entwickeln. Das Spinaliom ist nach dem Basaliom der zweithäufigste weiße Hautkrebs und kann im Gegensatz zum Basaliom auch Tochtergeschwülste (Metastasen) ausbilden.

FRÜHZEITIGE THERAPIE

Daher ist eine frühzeitige Therapie von Aktinischen Keratosen ratsam. Im Übrigen ist die Behandlung beziehungsweise Entfernung einer Aktinischen Keratose mit deutlich weniger Aufwand verbunden, als wenn man zu einem späteren Zeitpunkt dann ein Spinaliom (Spinalzellkarzinom) behandeln muss!

Die Therapie von Aktinischen Keratosen erfolgt in der Regel durch Abtragung (Kürettage), Vereisen (Kryotherapie), spezielle lokalwirksame

ONLINE MEHR ERFAHREN! ➡

Exklusiv für Online-Abonnenten:
Einen Artikel über After-Sun Care lesen Sie auf unserer Internetseite unter www.beauty-forum.com. Geben Sie einfach die Nummer 154889 im Suchfeld ein.

medikamentöse Cremes oder Gele sowie Abtragung mittels Laser. Ist eine größere Hautfläche betroffen, kann auch eine spezielle photodynamische Therapie (PDT) zur Behandlung durchgeführt werden.

Nach der Entfernung sind regelmäßige Kontrollen und konsequente Lichtschutzmaßnahmen wichtig. Zudem ist es wichtig, im Rahmen der Aufklärung Betroffenen deutlich zu machen, dass zwar in dem Moment die Hautkrebsvorstufe behandelt wurde – dies aber nicht vor dem Auftreten neuer Aktinischer Keratosen schützt: Denn Aktinische Keratosen sind Lichtschäden als Folge der jahrelangen, bereits zurückliegenden UV-Exposition.

Dennoch kann man mit der konsequenten Anwendung eines ausreichend hohen Lichtschutzniveaus ein gutes Schutzniveau erreichen. Mittlerweile gibt es sogar spezielle Lichtschutzpräparate, die neben den UV-Filtern noch weitere Stoffe (Photolyasen) enthalten, die UV-ursachte DNA-Schäden reparieren können.



Dr. med. Christine Schrammek-Drusio

Die Geschäftsführerin der Dr. med. Christine Schrammek Kosmetik GmbH ist Dermatologin und Allergologin. Als Anti-Aging-Expertin entwickelt sie Behandlungsmethoden, unter anderem die Kräuterschälkur „Green Peel“ sowie dermatologische Pflegeprodukte.



Christina Drusio

Die Autorin ist Teil der Inhaberfamilie und Mitglied der Geschäftsführung der Dr. med. Christine Schrammek Kosmetik GmbH. Sie ist Fachärztin für Dermatologie und als Expertin zum Thema Haut eine geschätzte Referentin bei internationalen Vorträgen und Seminaren.

HINWEIS !

Häufig kann man eine Aktinische Keratose aufgrund der rauen Oberfläche besser tasten, als das man sie mit dem Auge direkt erkennen kann!

Serie mit Podcast

TEIL 5: VIELE TUN ES, KAUM EINER REDET DARÜBER

NICHT ANFASSEN, NUR ANSCHAUEN!

Viele tun es, kaum einer redet darüber – warum Prominente und Normalos nicht zugeben wollen, dass sie minimalinvasive Eingriffe machen lassen: Das wissen die Beauty-Ärzte Rick und Nick, die mehrere Kliniken im Ruhrgebiet und in Konstanz leiten.



ZU GROSSE QUALITÄTSUNTERSCHIEDE

Minimalinvasive Eingriffe: Viele machen es, doch kaum einer gibt es wirklich zu! In erster Linie ist einer der Gründe, dass jeder natürlich schön sein möchte, ganz nach dem Motto: Mein Genpool ist perfekt! Ein weiterer Grund ist, dass in der Branche einfach noch ein großes Qualitätsproblem herrscht.

Denn wenn man über Unterspritzungen spricht, dann denken viele immer noch an schlecht gespritzte Lippen, aufgequollene Gesichter und an eine unbewegbare Stirn. Somit verbinden viele etwas Schlechtes mit Unterspritzungen, was daran liegt, dass man häufig nur die negativen Fälle erkennen kann. Die gut gespritzten Fälle mit einem natürlichen Ergebnis erkennt man in der Regel nicht sofort.

UNTERSCHIED ZWISCHEN MÄNNERN UND FRAUEN

Frauen leben Beauty durch das aufgetragene Make-up, die gefärbten Haare oder die gemachten Nägel viel mehr aus als Männer, daher gehen Frauen auch offener mit dem Thema Unterspritzungen

um. Bei Männern wird das noch nicht so ganz anerkannt, denn Männer werden immer noch zu häufig dafür abgestempelt, wenn sie etwas machen lassen. Es trauen sich jedoch inzwischen immer mehr an das Thema ran. Daher ist es besonders wichtig, dass das Ergebnis am Ende möglichst natürlich aussieht.

BLICK IN DIE ZUKUNFT

Das Thema gewinnt gerade durch die hohe Präsenz in den sozialen Medien immer mehr an Aufmerksamkeit.

Beauty ist kein Trend, Beauty gab es schon immer! Es gibt natürlich eine Trendlinie, die gerade nach oben geht, und es wird in Zukunft auch deutlich mehr sein und es wird auch immer mehr darüber gesprochen werden.

Was ein mögliches Problem sein könnte, ist, dass es immer mehr Anbieter geben wird, die diese Behandlungen in einer niedrigeren Qualität zu günstigen Preisen anbieten. Das wird dann im Allgemeinen wiederum ein schlechtes Licht auf Unterspritzungen werfen.

WAS SIE SCHON IMMER ÜBER MEDICAL-BEAUTY-EINGRIFFE WISSEN WOLLTEN:




Erfahren Sie mehr im Podcast „Nicht anfassen, nur anhören!“ Redakteurin Sandra Jung wagt zu fragen – die Ärzte Rick und Nick antworten.

Zum Anhören scannen Sie einfach den QR-Code.



Mehr zu den Beauty-Ärzten Rick und Nick gibt es auf TikTok und Instagram unter @aesthetify.de.

KUNDENVERHALTEN VERSTEHEN

A pink, glossy brain model is positioned on the left side of the page, partially overlapping a light blue brick wall background. The brain is shown from a side profile, highlighting its complex folds and grooves. The brick wall consists of rectangular bricks with visible mortar lines, creating a textured, geometric pattern.

Wissenschaftliche Studien zeigen, dass bis zu 95 Prozent unserer Entscheidungen unbewusst ablaufen. So verwenden wir beim Einkaufen meist intuitiv mentale Abkürzungen, um schnellere Entscheidungen zu treffen. Rein rationale Entscheidungen oder langes Abwägen sind selten. Wenn sich Ihre Kunden meist emotional entscheiden, ist es ratsam, dass Sie sich noch stärker mit der Werbe- und Wahrnehmungs- sowie der Verhaltenspsychologie auseinandersetzen. Auf den folgenden Seiten greift Dozent und Marketingexperte Michael Rasimus einige Aspekte aus der Psychologie auf und leitet mögliche Maßnahmen für Sie und Ihr Kosmetikinstitut ab.

Genau wie Sie, werden auch Ihre Kunden täglich in ihrem Kaufverhalten und ihrer Kaufentscheidung beeinflusst. Sie haben sich für den Kauf eines Produkts oder für die Buchung einer Dienstleistung entschieden? Sicherlich haben Sie diese Entscheidung rein rational, unter objektiver Abwägung der Vor- und Nachteile getroffen – oder nicht? Tatsächlich ist das Kaufverhalten selten auf eine logische Schlussfolgerung zurückzuführen. Oftmals lassen wir uns unbewusst von unserer Stimmung, äußeren Einflüssen oder einer bestimmten Marketingkampagne leiten. Wie Sie die spannenden Themen Werbe-, Wahrnehmungs- und Verhaltenspsychologie für sich und Ihr Institut nutzen, habe ich auf den folgenden Seiten für Sie festgehalten.

KONFORMITÄTSEFFEKT

Unser soziales Umfeld und Bezugsgruppen sind uns wichtig. Wir schlie-

ßen uns bestimmten Gruppen an und grenzen uns gegenüber anderen ab, wir positionieren uns. Darauf basiert beispielsweise auch die Luxus- und Modeindustrie. Um Ihren Kunden Orientierung zu geben und Vertrauen aufzubauen, sollten Sie folgende Maßnahmen erwägen:

- **Kundenbewertungen:** Bitten Sie Ihre Kunden darum, Ihre Produkte und Leistungen zu bewerten. Kundenbewertungen und Erfahrungsberichte sind wichtige Vertrauensanker für potenzielle Kunden.
- **Testimonials:** Fragen Sie besonders zufriedene Kunden, ob sie bereit wären, als Fürsprecher („Testimonials“) Ihres Instituts in Erscheinung zu treten, um ihre persönlichen Erfahrungen auf Ihrer Website zu teilen.
- **Produkttempfehlungen:** Auch das bisherige Kaufverhalten anderer Kunden kann eine wichtige Orientierung geben („Kunden, die X gekauft haben, haben auch Y gekauft“).

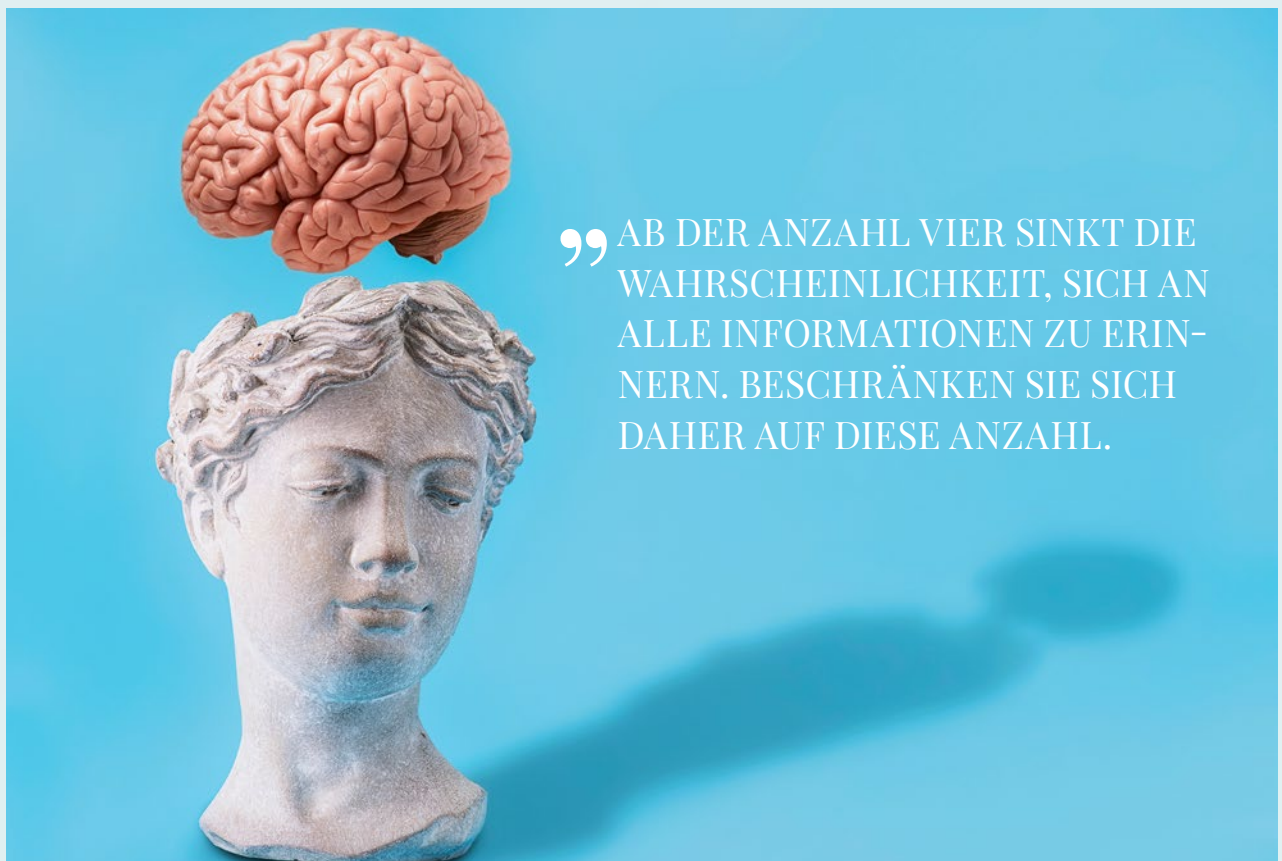
- **Community:** Communitys stärken das Zusammengehörigkeitsgefühl und die Kundenbindung. Achten Sie darauf, dass Ihre Kunden sich wahrgenommen und wertgeschätzt fühlen. Investieren Sie Zeit in Ihr Netzwerk, indem Sie Posts kommentieren, sich für Lob bedanken, auf Kritik eingehen und sich regelmäßig aktiv beteiligen.

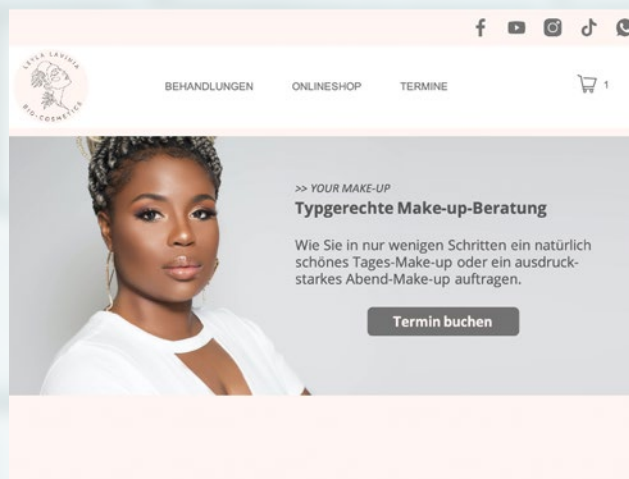
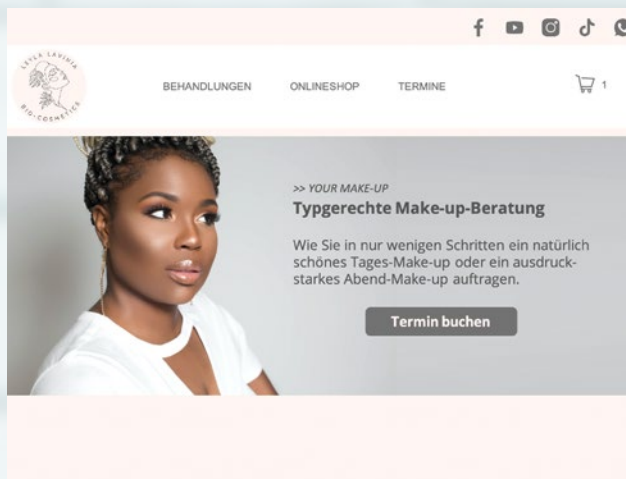
AUTHORITY-EFFEKT

Autoritäten (Experten, Promis und so weiter) wird eher vertraut, Aufmerksamkeit geschenkt und ihre Empfehlungen beachtet. Um als Autorität wahrgenommen zu werden, beachten Sie folgende Maßnahmen:

HINWEIS !

Einige Inhaber nutzen „Dankeschön“-Kärtchen mit QR-Code zu ihren Social-Media-Kanälen und überreichen diese nach erfolgreicher Behandlung zum Abschied ihren Kunden.





Vermeiden Sie, dass abgebildete Personen den Betrachter direkt ansehen, wenn nicht erforderlich. Das verhindert potenzielle Ablenkung von wichtigen Informationen.

- **Eigen-Expertenstatus:** Kommunizieren Sie Ihren Expertenstatus in der Kosmetikbranche, indem Sie Ihr Know-how teilen. Nutzen Sie Blogbeiträge, Videos, Social-Media-Posts und gehen Sie auf aktuelle Trends ein. Ihre Aus- und Weiterbildungen, Auszeichnungen, sowie Zertifikate unterstreichen Ihre Expertise.
- **Fremd-Expertenstatus:** Bauen Sie Ihren Expertenstatus durch Kooperationen aus. Laden Sie andere Experten zu Events oder exklusiven Behandlungen in Ihren Salon ein und bitten Sie sie, ihre Erfahrungen zu teilen. Auch Ärzte wie Dermatologen oder andere Fachleute im Bereich Schönheitsbehandlungen können einbezogen werden, um Ihre professionellen Netzwerke zu stärken.

INSTITUTSGESTALTUNG

Gestalten Sie Ihr Kosmetikinstitut nach psychologischen Erkenntnissen, um eine positive Atmosphäre zu

schaffen. Sprechen Sie Ihre Kunden über alle Sinne an.

- **Wohlbefinden:** Sorgen Sie für das Wohlbefinden Ihrer Kunden während der Behandlungen. Achten Sie auf bequeme Möbel, hochwertige Handtücher, Pflanzen et cetera.
- **Farbgestaltung:** Wählen Sie Farben, die Entspannung, Schönheit und Vertrauen vermitteln. Passen Sie die Farbgestaltung an, um die gewünschte Stimmung zu erzeugen.
- **Beleuchtung:** Warmes, diffuses Licht kann eine gemütliche und beruhigende Stimmung erzeugen, während helleres Licht Energie und Aufmerksamkeit fördert. Kombinieren Sie gegebenenfalls verschiedene Lichtquellen.
- **Musik:** Wählen Sie dezente und entspannende Hintergrundmusik, um die Kundenstimmung positiv zu beeinflussen. Studien zeigen, dass langsame, beruhigende Musik die zeitliche Wahrnehmung verkürzt und das Wohlbefinden steigert.
- **Duft:** Nutzen Sie angenehme Düfte wie ätherische Öle, um eine entspannende oder erfrischende Atmosphäre zu schaffen.

SORTIMENTSGESTALTUNG

Berücksichtigen Sie auch die Situation, in der Ihre Kunden mit den Produkten in Kontakt kommen:

Tipp 2

Nutzen Sie „olfaktorisches Marketing“, um sich mit einem unverwechselbaren Duft im Gedächtnis Ihrer Kunden zu verankern.

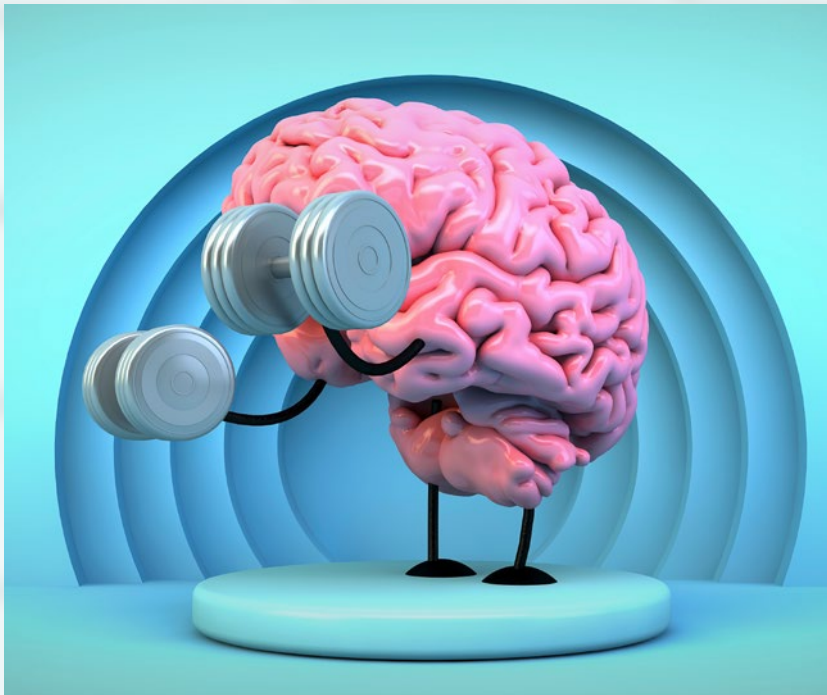
- **Produktplatzierung:** Platzieren Sie Bestseller prominent, um Kunden neugierig zu machen und Impuls-käufe zu erhöhen. Stellen Sie Produkte, die zusammen verwendet werden, zueinander, um Cross-Selling-Effekte zu erzielen. Verweisen Sie auch auf höherwertige Produkte, um Up-Selling-Effekte zu erzielen.
- **Verknappungseffekt:** Knappheit erhöht oft das Interesse der Kunden. Wählen Sie zeitlich oder mengenmäßig begrenzte Angebote, um über den „Fear of missing out“-Effekt (Fomo) den Abverkauf zu steuern.
- **Versand:** Gestalten Sie das Auspackerlebnis emotional, ähnlich

Tipp 1

Stellen Sie die hohe Qualität Ihrer Kooperationspartner sicher. Jede Empfehlung sollte auf Ehrlichkeit und Transparenz basieren, um das Kundenvertrauen nicht zu enttäuschen.

ONLINE MEHR ERFAHREN! ➡

Exklusiv für Online-Abonnenten: Mehr zum „Vampir-Effekt“ erfahren Sie im Artikel auf unserer Website unter www.beauty-forum.com. Geben Sie einfach die Nummer 155265 im Suchfeld ein.



Passen Sie Ihre Verkaufsstrategien an die emotionalen Bedürfnisse Ihrer Zielgruppen an.

wie bei Geschenken. Verwenden Sie hochwertige Materialien und fügen Sie eine Dankeskarte („Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen!“) hinzu. Vermeiden Sie, dass Kunden dabei als Erstes mit der Rechnung konfrontiert werden.

HINWEIS !

Halten Sie Ihre Produktauswahl eher überschaubar, um eine Entscheidungsüberlastung (Paradox-of-Choice-Effekt) zu vermeiden. Auch vermitteln Sie dadurch Exklusivität.

KOMMUNIKATIONSGESTALTUNG

Die Art der Kommunikation beeinflusst Wahrnehmung und Informationsverarbeitung. Berücksichtigen Sie folgende werbepsychologische Erkenntnisse:

- Storytelling: Nutzen Sie emotionale Geschichten und Botschaften, um eine Verbindung zu Ihren Kunden herzustellen und positive Emotionen zu erzeugen.
- Visueller Content: Verwenden Sie Bilder und Videos, um Informatio-

nen und Produkte schnell und effektiv zu kommunizieren. Visuelles gelangt leichter als Texte durch den Wahrnehmungsfilter und kann die Aufmerksamkeit direkt auf bestimmte Informationen oder Produkte lenken.

- Face-Effekt: Menschliche Gesichter ziehen unsere Aufmerksamkeit magisch an. Eye-Tracking-Studien zeigen, dass wir den Blicken von Personen auf Werbematerial intuitiv folgen. Nutzen Sie dies, um den Blick des Betrachters auf relevante Bereiche zu lenken.

PREISGESTALTUNG

Preise können ebenfalls eine starke psychologische Wirkung haben. Prüfen Sie die folgenden Prinzipien, um gegebenenfalls Ihre Preispolitik zu optimieren:

- Preisschwelleneffekte: Setzen Sie Preise knapp unterhalb der Preisschwelle (zum Beispiel 99 Euro statt 100 Euro), um günstiger wahrgenommen zu werden.
- Ankereffekt: Behalten Sie bei Preisreduzierungen den ehemaligen, höheren Preis (Anker) bei und ge-

ben Sie ihn durchgestrichen als Referenzgröße an. So wirkt das Angebot deutlich attraktiver.

- Vergleichspreise: Steht ein Parfum für 50 Euro neben einem für 100 Euro, wirkt es zunächst günstig. Ergänzt man nun ein weiteres für 25 Euro, relativiert sich der vorherige Eindruck.
- Farbige Preisschilder: Rote, gelbe oder orange Auszeichnungen werden als günstig assoziiert (auch ohne Preisreduktion). Das liegt an der psychologischen Farbwirkung und den erlernten Assoziationen.

HINWEIS !

Berücksichtigen Sie bei der Preisgestaltung Ihrer Produkte auch deren Platzierung und Präsentation in Ihrem Institut sowie online.

MEIN FAZIT

Lernen Sie, die Wahrnehmung und das Verhalten Ihrer Kunden richtig einzuschätzen, um Ihre Institutsgestaltung und den Marketingmix daran auszurichten.

Beachten Sie, dass es nicht darum geht, sich durch psychologische Tricks unlautere Vorteile zu verschaffen, sondern auf ehrliche und authentische Weise das Wohlbefinden und die Bedürfnisse Ihrer Kunden zu berücksichtigen.

Nutzen Sie die Erkenntnisse der Werbepsychologie, um Ihr Kosmetikinstitut zu einem erfolgreichen und beliebten Ort der Schönheit zu verwandeln.



Michael Rasimus

Der Autor ist Gründer eines Beratungszentrums für digitales Marketing und leitet das Eye Tracking-Labor der DHBW in Karlsruhe. Außerdem ist er Hochschuldozent und gibt Seminare für Selbstständige und Marketers. www.michael-rasimus.de

Serie mit Podcast

TEIL 4: DEINE BUSINESS-VISION: WER GROSS DENKT, KANN AUCH GROSSES ERREICHEN!

STARKE GESPRÄCHE FÜR STARKE FRAUEN

Der Wunsch, ein eigenes Institut zu führen, ist erfüllt? Klasse – dann heißt es jetzt: am Ball bleiben!

Was Sie schon immer über Kundenbindung, Mitarbeiterführung und digitales Marketing wissen wollten, verrät Ihnen Karrierecoachin und Mentorin Judith Bayer in unserer neuen Serie mit Podcast.

Weshalb eine Business-Vision für Ihren Erfolg maßgebend ist, lesen Sie hier.

Wissen Sie, wohin Sie mit Ihrem Beauty-Business wollen? „Wer nicht weiß, wohin er will, der darf sich nicht wundern, wenn er ganz woanders ankommt!“ In diesem Zitat von Mark Twain steckt viel Wahrheit drin. Oft befinden wir uns im täglichen Hamsterrad. Wir denken nur an heute oder an die nächsten Wochen. Wir räumen uns keine Zeit ein, darüber nachzudenken, wohin wir langfristig wollen. Jedes Unternehmen benötigt eine Vision und die davon abgeleiteten Ziele.

VISION UND MISSION

Eine Unternehmensvision ist ein klares Zielbild der Zukunft. Sie ist das, worauf Sie zusteuern, und gibt Antwort auf die Frage: „Was will ich erreichen?“ Die Vision ist das Ergebnis aus dem Zusammenwirken von Ihrer Mission, Ihrer Strategie und Ihren Zielen. Die Vision beschreibt einen meist schwer zu erreichenden Zustand, wie beispielsweise: „Natürliche Schönheit für jedermann.“ Dieser Zustand ist schwer zu erreichen, da Sie wohl nicht jedem ein natürliches Aussehen verleihen können. Aber es ist ein klares Ziel, worauf Sie mit Ihrem Institut hinsteuern. Die Mission beschreibt den eigentlichen Daseinszweck Ihres

Unternehmens und wie die Vision umgesetzt werden soll. Sie beantwortet die Frage: „Was ist das Problem meiner Kunden, und wie kann ich es lösen?“ Sie ist gekoppelt mit der Vision. **Vision:** „Natürliche Schönheit für jedermann.“ (Was will ich erreichen?) **Mission:** „Erschwingliche Naturprodukte für meine Kunden.“ (Wie soll das geschehen?) Die Vision beschreibt Ihr „Fernziel“ und die Mission den Weg dahin.

IHRE ZIELE

„Wie setze ich meine Vision und Mission um und was mache ich in den nächsten Monaten und Jahren?“ Zur Umsetzung der Unternehmensstrategie wer-

den Ziele und Maßnahmen entwickelt. Unserem Beispiel zufolge, könnte Ihre Strategie so lauten: das Sortiment innerhalb eines Jahres auf Naturprodukte umstellen. Aus Ihrer erarbeiteten Strategie können Sie dann konkrete Ziele und Maßnahmen ableiten, zum Beispiel:

- Kooperationen mit Herstellern von Naturprodukten schließen.
 - Kommunikation, dass die Naturprodukte bis Jahresende verfügbar sind.
- Verfallen Sie bei Ihrer Maßnahmenplanung nicht in unnötige Details, sondern geben Sie Ihren Zielen Raum. Ihre Unternehmensstrategie und -ziele geben Ihnen und Ihren Mitarbeitern eine klare Linie vor sowie Ihrer Arbeit einen Sinn.

BEI BEAUTY FORUM STEHT WOMEN EMPOWERMENT AN ERSTER STELLE:



Wir unterstützen Unternehmerinnen, ihre (Geschäfts-)Frau zu stehen! Erfahren Sie mehr im Podcast „Starke Gespräche für starke Frauen“. Redakteurin Juliane Hübner unterhält sich mit Karrierecoachin und Mentorin Judith Bayer (links).

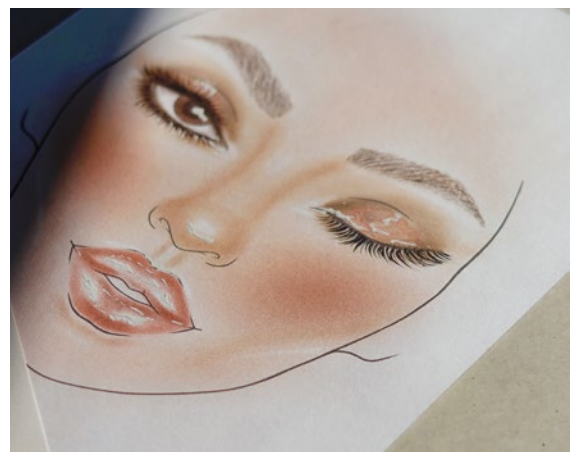
Zum Anhören scannen Sie einfach den QR-Code:



Mehr zu Karrierecoachin und Mentorin Judith Bayer unter: www.growforbusiness.de



Beauty-Expertin Galina Schmidt arbeitet seit 2012 freiberuflich als Visagist/Make-up Artist.



Neue Make-up-Ideen skizziert sie auf Papier.

ERZÄHLEN SIE UNS IHRE GESCHICHTE

BEAUTYS@WORK

Jede Kosmetikerin ist individuell, doch eines verbindet die gesamte Branche: die Liebe zur Kosmetik! In unserer neuen Serie erzählen uns BEAUTY FORUM-Leserinnen ihre ganz persönlichen Geschichten im schönsten Beruf der Welt.

1. Warum wurden Sie Visagist/Make-up Artist?

Ich wurde Visagist/Make-up Artist, weil es schon immer mein Traum war. Ich habe bereits in der Grundschule ganz genau gewusst, wer oder was ich mal werden will. Als kleines Mädchen habe ich immer alle Fotos oder Frauen in Zeitschriften angemalt, weil ich meine Visionen zum Make-up hatte und schon damals fand, dass die Frauen in den Magazinen nicht ordentlich geschminkt waren. So hatte ich meine Rituale für mich entwickelt und habe mir immer vor dem Schlafengehen in Ruhe Zeit genommen, die Frauen in den Heftchen zu verschönern.

2. Wie kam es dazu, dass Sie ein eigenes Institut gegründet haben?

2012 habe ich meine Ausbildung als Visagistin gemacht und mir gleich das Ziel



Galina Schmidt

www.visagistin-galinaschmidt.com

gesetzt, eine eigene Make-up-Schule aufzumachen, dieses Ziel habe ich nie aus den Augen verloren und hart dafür gekämpft und gearbeitet. Ich war 19 Jahre alt, als ich mich dazu entschied, meinen Träumen zu folgen. Ich habe Geld gespart und mich erst einmal bei einer Kosmetikschule angemeldet.

Im Anschluss habe ich eine Abendschule besucht und nebenbei noch Vollzeit gearbeitet. Nach einem halben Jahr hatte ich mein Diplom in der Tasche und

habe erst einmal als Kosmetikerin gearbeitet, um Erfahrungen mit der Haut zu sammeln. Mit 25 hab ich dann meine Ausbildung als Make-up Artist gemacht und seitdem arbeite ich selbstständig. Mein Style von Make-up ist sehr natürlich, ich liebe strahlende Haut, deswegen investiere ich sehr viel Zeit für die Vorbereitung der Haut, ein ganz wichtiger Punkt in meinen Augen, und das alles bringe ich immer meinen Schülern bei!

3. Was würden Sie heute vielleicht anders machen?

Für mich ist jede Erfahrung wertvoll. Erfahrungen und Erkenntnisse, vor allem schlechte oder schwierige, sind wichtig, um noch besser und qualitativer zu werden. Deshalb bin für alles und jede bisherige Situation dankbar und bis hierher eigentlich ziemlich zufrieden mit meinem bisherigen Weg.



Die Make-up-Plätze sind modern gestaltet.



Galina Schmidt lebt ihre Styling-Visionen.



Die Räumlichkeiten der Visagistin, stehen für Schminktermine oder Workshops zur Verfügung.

4. Welche Behandlungen bieten Sie an?

Neben meinen Stylings und Schminkterminen unterrichte ich selbst auch sehr viel Basis- und Braut-Styling-Kurse. Bräute betreue ich, allerdings nicht mehr so viele wie früher, da mein Fokus inzwischen mehr auf Schulungen und Workshops liegt.

Ich liebe es, mein Wissen weiterzugeben, und befinde mich selbst ständig in Weiterbildung. Es ist ein so toller Beruf mit vielen Möglichkeiten und dazu ist er noch sehr kreativ. Inzwischen habe ich damit begonnen, meine Arbeiten selbst zu fotografieren und Videos aus meinen Schulungen und Workshops aufzunehmen und zu produzieren. Das geht los beim „Haare stylen“ oder „den gesamte Look zu planen“, bis hin zum fertigen Ergebnis. Es macht wirklich so viel Freude, und mir wird dabei nie langweilig. Auch im künstlerischen Bereich

habe ich mehrere Weiterbildungen besucht und zeichne gerne auf Face Charts, um noch besser in Make-up zu werden. Face Charts sind sozusagen leere Gesichter, die ohne Farben auf ein weißes Papier aufgedruckt sind. Diese Charts werden dann meist mit echter Schminke angemalt, um zum Beispiel für Shootings, Events oder auf Modeschauen als Vorlage zu dienen. Wichtig ist mir vor allem, in diesem tollen Beruf stets aktiv und präsent zu sein.

5. Haben Sie ein Alleinstellungsmerkmal?

Ich arbeite seit mehr als 10 Jahren als Visagist/Make-up Artist und habe mich im Jahr 2022 beim „European Make-up Award Expert“ beweisen dürfen. Neben 120 anderen Teilnehmern habe ich es bis ins Finale geschafft und schließlich den ersten Platz gewonnen. Darauf bin ich

sehr stolz. Europaweit trage ich damit den Titel „Beste Visagist/Make-up Artistin“. Ich habe viel Erfahrung in den Bereichen Make-up-Artistik und Visagistik sammeln können, womit ich dann auch auf die Idee kam, mein Wissen in ein eigenes Pinselset einfließen zu lassen.

Für meine Kunden und Neukunden bin ich außerdem sehr gut erreichbar. Ich betreue meine Workshop-Teilnehmer und Schüler auch noch nach den gemeinsamen Schulungen. Und stehe jeder Frage Antwort. Ich bin natürlich so, wie ich bin, und das schätzt mein Umfeld sehr.

6. Was sind Ihrer Meinung nach die Beauty-Trends für 2024?

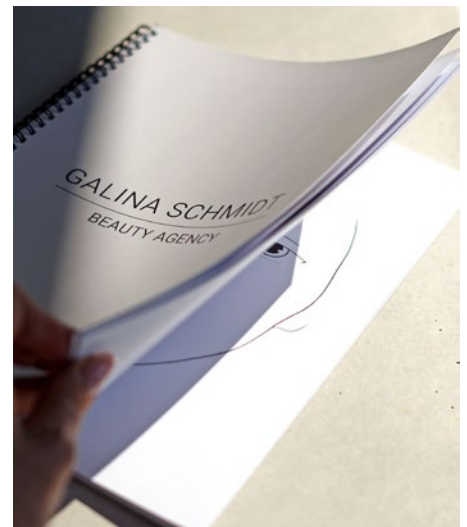
Für mich liegt der kommende Trend ganz klar in den Bereichen „Glowy Skin“, und „No Make-up-Make-up“.



Die Visagistin liebt es, ihr Wissen weiterzugeben, und bietet unterschiedliche Schulungen an.

**REINSCHAUEN
LOHNT SICH:**

Ab sofort stellen sich unsere Beautys@work auch auf unserem Youtube-Kanal „beautyforumtv“ vor. Einfach den QR-Code mit dem Handy scannen.



Mit ihrer Agency hat sie bereits Preise gewonnen.

Dazu gehören dann zum Beispiel auch verschiedene Eyeliner-Linien, rote Lippen, helle leichte Augenbrauen und ein alles in allem natürliches Make-up.

7. Was war Ihr kuriosester, witzigster oder peinlichster Moment als Visagist/Make-up Artist?

Ich bin mal zu einem Termin gefahren, bei dem ich letzten Endes gar nicht gebucht war! Ich kam an der Location an, habe ausgepackt, alles vorbereitet, nur um dann festzustellen, dass die Braut eigentlich eine ganz andere Dienstleisterin gebucht hatte.

Dazu kam es, weil sie parallel mit mir und einer anderen Visagistin geschrieben hatte. Ihr war dabei gar nicht aufgefallen, dass wir zwei unterschiedliche Make-up-Expertinnen waren. Ich habe das Ganze dann mit Humor genommen, wieder zusammengepackt und bin zurück nach Hause gefahren.

8. Visagist/Make-up Artist zu sein bedeutet für mich ...

Visagist/Make-up Artist zu sein bedeutet für mich meinen persönlichen Traum zu leben sowie darin Erfüllung und

Glück zu finden. Ich wäre nicht halb so glücklich ohne diesen Beruf. Er bedeutet für mich Wachstum, Kreativität, und allem Freiheit.

Machen Sie mit!

Erzählen Sie uns Ihre Geschichte und erscheinen Sie damit in einer der kommenden Ausgaben der BEAUTY FORUM! Beantworten Sie uns einfach die folgenden Fragen:

1. **Warum wurden Sie Kosmetikerin?**
2. **Wie kam es dazu, dass Sie ein eigenes Institut gegründet haben?**
3. **Was würden Sie heute vielleicht anders machen?**
4. **Welche Behandlungen bieten Sie an?**
5. **Haben Sie ein Alleinstellungsmerkmal?**
6. **Was sind Ihrer Meinung nach die Beauty-Trends für 2024?**
7. **Was war Ihr kuriosester, witzigster oder peinlichster Moment als Kosmetikerin?**
8. **Kosmetikerin zu sein bedeutet für mich ...**

Schicken Sie uns Ihre Antworten mit einem Foto an: community@health-and-beauty.com. Mit der Zusendung stimmen Sie einer Veröffentlichung des Text- und Bildmaterials in Print, auf unserer Website sowie auf unseren Social-Media-Kanälen zu.

AUS DEN UNTERNEHMEN

BRANCHEN-NEWS

Beauty trifft Fashion

Maria Galland Paris in Madrid und die spanische Semi-Couture-Marke Inuñez gründen L'Atelier Maria Galland-Inuñez und präsentieren eine gemeinsame Kollektion. Bei einem entspannten Empfang informierten sich die Gäste, darunter Journalisten und Influencer aus den Bereichen Beauty, Fashion und Lifestyle, über Neuheiten für eine gesunde, schöne Haut sowie die neuesten Modellooks. www.mariagalland.com



In Madrid präsentiert Maria Galland Paris zusammen mit der spanischen Semi-Couture-Marke Inuñez L'Atelier eine gemeinsame Kollektion.



Janssen Cosmetics und die Carolus Thermen schließen eine exklusive Allianz.

Auf die neue Partnerschaft

Ab sofort sind die Carolus Thermen Bad Aachen und das Aachener Kosmetikunternehmen Janssen Cosmetics Kooperationspartner für das von den Carolus Thermen betriebene Carolus Spa. Die Hautpflegeprodukte des Aachener Kosmetikherstellers werden zukünftig exklusiv bei allen kosmetischen Behandlungen und Anwendungen verwendet. www.janssen-cosmetics.com

Sommer-Event am Rhein

Auf Einladung von Dr. med. Christine Schrammek Kosmetik trafen sich die Mitglieder und Förderer des Kosmetikverbands VCP am 21. und 22. Juni zum ersten Mal seit der Pandemie wieder direkt bei einem Mitgliedsunternehmen zum Gedankenaustausch. Die beiden Tage ermöglichten spannende Vorträge und Einblicke hinter die Kulissen am neuen Unternehmensstandort in Düsseldorf. www.schrammek.de



Zu Gast bei Freunden: Der VCP (Verband Cosmetic Professional) und seine Förderer waren zu Besuch bei Dr. med. Christine Schrammek Kosmetik.

Business-Coaching

Mit Unterstützung von Mindset-Coach Robert Blankenburg bietet Von Lupin seit Februar das Online-Seminar „Business-Coaching für Kosmetikerinnen“ an. Der Mindset-Coach verbindet in seinen Seminaren klassische Wirtschaftspsychologie mit innovativen Coaching-Techniken und zeigt, wie man mentale Barrieren hinter sich lässt, als Unternehmerin wächst und noch erfolgreicher wird. www.von-lupin.com



Gemeinsam mit Mindset-Coach Robert Blankenburg unterstützt Von Lupin Kosmetikerinnen dabei, erfolgreich zu sein.

Infotainment

Vom 11. bis 13. Juni lud das Beauty-Team unter der Leitung von Ilona Jahn 50 VIP-Kunden aus Deutschland und den Niederlanden zu den Exklusivtagen in die „Beautyness Manufaktur“ von Grandel in Augsburg ein. Die Gäste konnten Vorträge zu den Wirk- und Inhaltsstoffen besuchen und lernten mehr über die Produktentwicklung und die neue Mediawelt. www.grandel.de



VIP-Tage in Augsburg: Grandel lud 50 Stammkunden zu Exklusivtagen in der hauseigenen „Beautyness Manufaktur“ in Augsburg ein.

DOSSIER

DRAN AN DEN MANN

Männer legen immer mehr Wert auf ein gepflegtes Äußeres und suchen Rat und Tat bei Ihnen als Kosmetikerin. Lesen Sie auf den kommenden Seiten, welche Treatments Sie männlichen Kunden anbieten und wie sie diese optimal vermarkten können.



WAS MÄNNER MÖGEN

In den vergangenen Jahren hat sich das Bewusstsein der Männer für Kosmetik und kosmetische Behandlungen stark erhöht. Männer sind zunehmend daran interessiert, ihre Hautpflege- und Schönheitsroutine zu verbessern, aber auch zu Behandlungen in ein Kosmetikinstitut oder Spa zu gehen. Es gibt eine wachsende Auswahl an Produkten und Behandlungen, die speziell auf die Bedürfnisse männlicher Kunden zugeschnitten sind.

Männer möchten anders behandelt werden als Frauen. „Mann“ möchte das Gefühl haben, dass er als männlicher Gast angenommen

wird und nicht einfach nur die Produkte und Behandlungen bekommt, die Frauen bekommen würde. Es gibt eine Vielzahl von speziellen Männerkosmetikbehandlungen, die

auf die Bedürfnisse und Vorlieben männlicher Gäste zugeschnitten sind und bevorzugt werden:

- Gesichtsbehandlungen – hier stehen vor allem effektive und schnell-



ALLE FOTOS: ANDREW SOTNIKOW/SHUTTERSTOCK.COM

le Behandlungen im Vordergrund, aber auch reinigende und mattierende Behandlungen.

- Maniküre und Pediküre – „Mann“ legt viel Wert auf gepflegte Hände und Füße.
- Rückenbehandlungen – Diese Behandlungen konzentrieren sich auf die Pflege und Reinigung der Haut auf dem Rücken. Sie können auch eine Rückenmassage beinhalten, um Verspannungen und Stress abzubauen.
- Haarentfernung: Viele Männer entscheiden sich für Haarentfernungsbehandlungen wie Depilation, Epilation oder Laser, um unerwünschte Körperbehaarung zu entfernen.
- Bartpflege: Spezielle Behandlungen für die Bartpflege können das Waschen, Pflegen und Stylen des Bartes umfassen, um ein gepflegtes Erscheinungsbild zu erreichen.

MÄNNER ALS ZIELGRUPPE

Wenn man Männer als Zielgruppe in seinem Institut aufnehmen möchte, dann ist es wichtig, sich über ein paar Punkte im Klaren zu sein, was „Mann“ betrifft. Der Unterschied zwischen Männer- und Frauenkosmetik liegt hauptsächlich in den spezifischen Bedürfnissen, Vorlieben und Hauttypen der jeweiligen Geschlechter. Wichtig ist hier, ein paar allgemeine Unterschiede zu beachten:

- Die Hautpflegebedürfnisse von Männern sind anders. Sie haben von Natur aus eine dickere und fettigere Haut als Frauen. Somit sollten die Männerkosmetikprodukte und Behandlungen darauf ausgerichtet sein, überschüssiges Fett zu kontrollieren, Follikel zu reinigen und die Haut zu mattieren. Bei den Frauen hingegen konzentrieren wir uns mehr auf die Feuchtigkeitsversorgung, Anti-Aging und einen schönen Glow.
- Bei Duftstoffen sollte man vorsichtig sein. Männer bevorzugen meist eher maskulinere Duftnoten, wie holzige Noten, zum Beispiel Zedernholz, würzige Noten, zum Beispiel Muskatnuss, aromatische Noten wie Rosmarin oder Tabak- und

Lederakzente. Frauen lieben eher blumige oder fruchtige Aromen. Gerade bei Raumdüften sollte man darauf achten, dass sich „Mann“ wohlfühlt und das Studio nicht zu feminin beduftet ist.

- Make-up wird traditionell mit Frauen assoziiert. Eine Frau möchte ihr Äußeres verändern, um das Erscheinungsbild des Gesichts zu verbessern, bestimmte Merkmale

- Männer sind einfache und unkomplizierte Gäste, dennoch ist es wichtig, sie abzuholen und sich an ihre Bedürfnisse anzupassen und darauf zu achten, worauf Männer besonderen Wert legen.
- Bei den meisten Männern muss Pflege einfach und unkompliziert sein. Sie bevorzugen eine einfache Anwendung bei den Produkten, aber auch bei den Behandlungen.

„DER UNTERSCHIED ZWISCHEN KOSMETIK FÜR MÄNNER UND FRAUEN LIEGT IN DEN SPEZIFISCHEN BEDÜRFNISSEN, VORLIEBEN UND HAUTTYPEN DER JEWEILIGEN GESCHLECHTER.“

hervorzuheben oder zu verändern und den individuellen Stil auszudrücken. Männer-Make-up zielt nicht darauf ab, das Erscheinungsbild zu verändern, sondern eher, das Beste aus dem natürlichen Aussehen herauszuholen und das Selbstbewusstsein zu stärken. Hier können Sie beratend dem Mann zur Seite stehen, wie er zum Beispiel die Unreinheiten abdeckt oder die Foundation auftragen kann.

- Auch bei der Verpackung unterscheiden sich Männerkosmetikprodukte von denen der Frauen. Sie haben oft eine robustere Verpackung und ein maskulinere Design, um Männer anzusprechen. Frauenkosmetikprodukte hingegen verwenden oft weichere Farben, geschwungene Formen und femininere Verpackungen.

- Wenn „Mann“ eine Behandlung bucht, dann möchte er sofort den Effekt sehen. Die Behandlungen sollten kurz effektiv und dennoch angenehm sein. Gerade in den Sommermonaten lieben Männer eine Hydroporation-Behandlung oder kühlende Effektmasken.
- Minimalismus steht bei vielen Männern im Vordergrund. Sie bevorzugen eine minimalistische Hautpflege-Routine mit wenigen, aber effektiven Produkten. Sie legen Wert auf Multifunktionalität und bevorzugen Produkte, die mehrere Schritte kombinieren, um Zeit und Aufwand zu sparen, denn Mann verbringt in der Regel nicht zu lange Zeit im Bad. Hier ist Beratung besonders wichtig.
- Kosten-Nutzen-Faktor ist bei Männern großgeschrieben. Männer

Beispiele für Männerbehandlungen

„Pure Männerwelt“:

Fußbad, Spa-Drink, Rücken-Peeling, Energiemassage, Gesichtsmassage, 120 Energieminuten

„Vitalkraft“:

Vital-Gesichtsbehandlung, Rückenmassage, Pediküre, 120 Vitalminuten

„Business“:

Kick-off-Frischebehandlung, Maniküre, 90 Frischeminuten



Männer schätzen es, wenn ihnen während der Behandlung erklärt wird, was genau geschieht und welchen Nutzen die Behandlung und die Produkte haben.

bevorzugen Produkte wie auch Behandlungen, die länger halten, effektiv sind und somit eine gute Investition darstellen. Sie suchen nach hochwertigen Produkten, die ihre Erwartungen erfüllen und eine lang anhaltende Wirkung haben.

- Sie mögen keine übertriebene Parfümierung, zu komplizierte Anwendung, überkauften Produkte, aggressiven Inhaltsstoffe.
- Und zu guter Letzt zeigt das Thema Nachhaltigkeit bei Männern ein wachsendes Interesse. Sie bevorzugen zunehmend Produkte, die umweltfreundlich hergestellt und verpackt sind.

Die genannten Punkte stellen allgemeine Trends dar. Natürlich gibt es auch Männer, bei denen sie abweichen, denn jeder Mann hat unterschiedliche Bedürfnisse und Präferenzen, wenn es um Kosmetik und Pflege geht.

NO-GOS BEI DER BEHANDLUNG

Bei Männerbehandlungen gibt es einige No-Gos, die im Allgemeinen vermieden werden sollten, um für den Gast eine positive Erfahrung zu gewährleisten, damit er gerne zu Ihnen zur Behandlung kommt.

- Unprofessionelle oder unhygienische Umgebung: Männer legen viel

Wert auf eine saubere, ordentliche und professionelle Umgebung für ihre Behandlungen. Eine unhygienische Umgebung oder ein Mangel an Professionalität können abschreckend wirken.

- Schmerzhafte oder unangenehme Behandlungen: Männer erwarten oft, dass ihre Behandlungen angenehm und entspannend sind. Zu schmerzhafte oder unangenehme Behandlungen könnten als negativ empfunden werden, auch wenn sie vielleicht wirkungsvoll sind. Hier ist sollten Sie mit viel Feingefühl mit dem Gast sprechen und ihn ausreichend beraten.
- Mangelnde Kommunikation oder Beratung: Männer schätzen es, wenn ihnen während der Behandlung erklärt wird, was genau geschieht und welchen Nutzen die Behandlung und die Produkte haben. Eine gute Kommunikation und Beratung sind daher wichtig.
- Mangelnde Diskretion: Männer wünschen sich eine diskrete Behandlung, insbesondere bei sensiblen Themen wie Haarentfernung oder sehr unreiner Haut. Hier ist es besonders wichtig, Vertrauen aufzubauen.
- Ineffektive Ergebnisse: Männer investieren Zeit und Geld in Be-

ONLINE MEHR ERFAHREN! ➡

Exklusiv für Online-Abonnenten: Noch mehr über maßgeschneiderte Treatments für Männer im Medical-Beauty-Bereich erfahren Sie auf unserer Internetseite unter www.beauty-forum.com. Geben Sie einfach die Nummer 155001 im Suchfeld ein.

handlungen, daher erwarten sie in der Regel effektive Ergebnisse. Wenn die Behandlungen nicht die gewünschten Ergebnisse erzielen, kann dies enttäuschend sein und der Mann wird nicht wieder kommen.

DAS WORDING

Wenn man sich entschieden hat, „Mann“ als neue Zielgruppe zu definieren, müssen Behandlungen entwickelt werden.

Bei der Zusammensetzung von Männerbehandlungen sollte immer auf die ansprechende Namensgebung gesetzt werden. Das Wording ist hier sehr wichtig, dass sich „Mann“ angesprochen fühlt. Worte wie „vital“, „Energie“, „Frische“, „dynamisch“, „kraftvoll“, „maskulin“ stehen für den Mann.

FAZIT

Ich kann nur aus meiner langjährigen Erfahrung sagen, dass Männer sehr angenehme Gäste sind. Wenn man sich an ein paar Punkte hält, die „Mann“ wichtig sind, dann sind es sehr treue Gäste, die regelmäßig kommen und auch die Produkte kaufen, die Sie Ihnen empfehlen! Also worauf noch warten – ran an den Mann!



Angelika Baur-Schermbach

Die Autorin ist seit 35 Jahren Fachkosmetikerin, Spa-Managerin und Mitglied im Vorstand der HWK München und Oberbayern. Zudem ist sie Gründerin der Kosmetik- und Make-up-Schule „Face&Body Akademie“ in München.
www.academy.faceandbody.de

Der Podcast

STARKE GESPRÄCHE FÜR STARKE FRAUEN



Bei BEAUTY FORUM steht Women Empowerment an erster Stelle:
Wir unterstützen Unternehmerinnen, ihre (Geschäfts-)Frau zu stehen!

Starke Gespräche mit Karrierecoachin und Mentorin Judith Bayer
führt Redakteurin Juliane Hübner.

In der vierten Folge geht es um „Deine Business-Vision:
Wer groß denkt, kann auch Großes erreichen!“



www.beauty-forum.com/business-podcast

Diese Folge wird Ihnen
präsentiert von:

Dr. RIMPLER



PODCAST
BY BEAUTY FORUM

WAS BIETE ICH DEM MANN AN?

Wie sieht die perfekte Pflege für den modernen Mann aus, und welche maßgeschneiderten Behandlungskonzepte können Sie in Ihrem Kosmetikinstitut anbieten?

Dieser Artikel liefert die Antworten.

Die Schönheitsbranche hat in den vergangenen Jahren einen erheblichen Wandel erlebt, und die Zeiten, in denen sich Kosmetikbehandlungen ausschließlich auf Frauen konzentrierten, sind längst vorbei.

Denn immer mehr Männer legen Wert auf ihr Äußeres und somit unweigerlich auch auf die Pflege ihrer Haut. Die meisten Kosmetikinstitute haben diesen wachsenden Trend erkannt und bieten speziell auf männ-

lich Kunden abgestimmte Behandlungskonzepte an. In diesem Artikel werfen wir einen detaillierten Blick auf Behandlungstechniken, die Sie in Ihrem Institut anwenden können, um den besonderen Bedürfnissen männlicher Haut gerecht zu werden.

DIE WICHTIGKEIT DER MÄNNERPFLEGE

In der heutigen modernen Gesellschaft ist ein gepflegtes und vitales Erscheinungsbild ein Ausdruck von

Lifestyle und Lebensgefühl. Umwelteinflüsse, zum Beispiel starke Hitze, Trockenheit und Kälte, aber auch Stress und tägliche Rasur können die Haut enorm beeinflussen.

Immer mehr Männer erkennen, wie bedeutsam es ist, sich in ihrer Haut wohlfühlen und gönnen sich deshalb die wohltuende Möglichkeit, ihre Haut mit hochwertigen Produkten und Behandlungen zu pflegen und ihre persönliche Ausstrahlung damit zu unterstreichen. Männer-

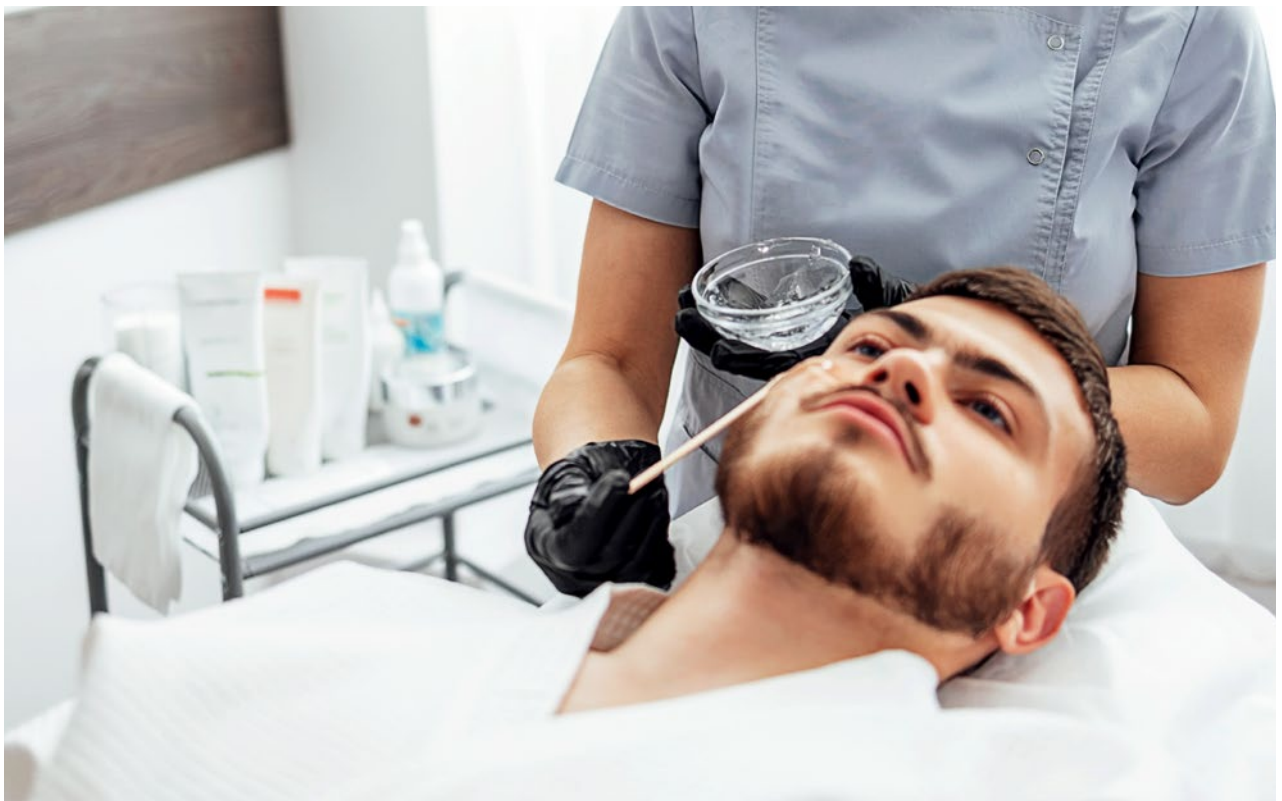


FOTO: DASHA PETRENKO/SHUTTERSTOCK.COM

haut unterscheidet sich in mehreren Aspekten von Frauenhaut: Sie ist typischerweise dicker, verfügt über eine verstärkte Kollagenbildung sowie erhöhte Talgdrüsenaktivität und ist dadurch auch größporiger. Diese Faktoren tragen zu Unterschieden in der Hautstruktur und dem Feuchtigkeitsgehalt der Haut bei. Folglich treten oft spezifische Hautprobleme wie fettige Haut, unreine Haut, eingewachsene Härchen und Rasierpickel auf. Die Haut neigt jedoch bedeutend später zu Faltenbildung, da das Bindegewebe viel fester ist. Für eine effektive Behandlung und individuelle Anpassung ist es wichtig, die Nuancen der männlichen Haut zu verstehen und das Behandlungskonzept entsprechend auf den Kunden abzustimmen.

HAUTANALYSE UND BERATUNG

Der erste Schritt zu einer maßgeschneiderten Behandlung ist die Hautanalyse. Eine gründliche Untersuchung der Haut, um den individuellen Hauttyp, den Zustand der Haut und spezifische Bedürfnisse zu ermitteln, ist daher von essenzieller Bedeutung.

Auf dieser Grundlage kann eine gezielte Beratung erfolgen und die passenden Behandlungen und Pflegeprodukte für den jeweiligen Kunden ausgewählt werden.

REINIGENDE GESICHTS-BEHANDLUNGEN

Sie sind ein wichtiger Bestandteil der Männerpflege. Männerhaut hat oft eine höhere Talgproduktion und neigt zu vergrößerten Poren und Unreinheiten.

Daher sollten sich spezielle Beaut-Behandlungen darauf konzentrieren, die Haut gründlich zu reinigen und von abgestorbenen Hautzellen, Verunreinigungen und überschüssigem Talg zu befreien.

Dies kann durch klassische Anwendungen wie Peeling, Gesichtsbedampfung, manuelle Reinigung und kühlende Masken, aber auch moderne Beauty-Verfahren wie Aquafacial und Diamant-Mikrodermabrasion, erreicht werden.

Was Männerhaut braucht

Männerhaut braucht eine ganz individuelle Pflege. Eine normale Gesichtspflege reicht vielen Männern längst nicht mehr aus. Entgegen vieler Meinungen ist ihre Haut ebenso anspruchsvoll wie die Haut von Frauen.

Professionelle Hautpflege in einem Beauty-Institut ist demgemäß ein Schritt in Richtung gepflegter und selbstbewusster Auftritt eines jeden modernen Mannes.

Mit individuellen Behandlungskonzepten können Sie eine Vielzahl von Lösungen für die Probleme der Männerhaut anbieten und die Möglichkeit, das Aussehen und das Wohlbefinden ihres Kunden verbessern.

FEUCHTIGKEITSSPENDENDE BEHANDLUNGEN

Die Männerhaut benötigt ausreichend Feuchtigkeit und Beruhigung, insbesondere nach der Rasur oder bei strapazierter Haut. Ihre Behandlungen in Kosmetikinstituten können darauf abzielen, die Haut mit Feuchtigkeit zu versorgen, Irritationen zu reduzieren und die Hautbarriere zu stärken.

Hochwertige Feuchtigkeitsmasken, Seren und leichte Gelcremes mit Bisabolol, Panthenol oder CBD-Öl können verwendet werden, um die Haut zu beruhigen und mit wichtigen Nährstoffen zu versorgen.

ANTI-AGING-BEHANDLUNGEN

Auch Männer möchten den Zeichen der Hautalterung entgegenwirken. Techniken wie Mikrodermabrasion, Microneedling, Ultraschall oder Lasertherapie in Verbindung mit hochkonzentrierten Wirkstoffampullen (Retinol, Hyaluronsäure, Vitamin C) können eingesetzt werden, um die Hautstruktur zu verbessern und ein jugendlicheres Aussehen zu fördern. Aber auch das Anti-Aging-Multitalent Fruchtsäure (Beta- und Alpha-hydroxysäuren) verfeinert die Haut und beugt Unreinheiten vor. Und für die Hautpflege zu Hause gilt: Männliche Kunden legen besonderen Wert auf eine einfache Handhabung und Anwendung des Produkts.

HAAR- UND KOPFHAUT-BEHANDLUNGEN

Behandlungen zur Pflege von Haaren und Kopfhaut können eine gründliche Reinigung der Kopfhaut, eine Massage zur Stimulierung des Haarwuchses und die Anwendung von

speziellen Produkten zur Verbesserung der Haarstruktur sowie -gesundheit umfassen. Männer, die unter Haarausfall oder dünner werdendem Haar leiden, können auch spezielle Behandlungen wie Microneedling in Verbindung mit einem Wirkstoffcocktail zur Stärkung der Haarwurzeln in Anspruch nehmen.

BARTPFLEGE UND RASUR

Für Männer, die einen Bart tragen, bieten sich Behandlungen zur Bartpflege an. Diese können das Trimmen, Formen und Stylen des Bartes umfassen, aber auch die Reinigung der Barthaare und die Pflege der darunterliegenden Haut.

Dauerhafte Konturierung oder Entfernung des Bartes per Laser ist ebenso immer mehr gefragt. Die Behandlungen zielen darauf ab, die Hautgesundheit zu verbessern, Hautirritationen nach der Rasur zu lindern und eingewachsene Haare zu vermeiden.

RELAX-BEHANDLUNGEN

In der heutigen hektischen Zeit ist es wichtig, dass Männer auch Gelegenheit haben, sich zu entspannen und Stress abzubauen. Massagen (zum Beispiel Lymphdrainage), Aromatherapie (herbe und maritime Düfte) können dabei helfen, Körper und Geist in Einklang zu bringen und das allgemeine Wohlbefinden zu steigern.



Maja-Marieta Kania

Die Autorin ist ausgebildete Gesundheits- und Krankenpflegerin, Kosmetikerin und Beauty-Bloggerin.

PRAKTISCH MUSS ES SEIN!

Die Zeiten, in denen Männer einen Kosmetikbesuch unsinnig oder beschämend fanden, sind zum Glück vorbei. Immer mehr Männer wagen den regelmäßigen Gang zur Kosmetikerin, und auch die Heimpflege ist schon lange mehr als das allzeitbewährte After Shave. Männer sind allerdings anders bei der Wahl ihrer Pflegeprodukte und Treatments.

Männer sind im Vergleich zu Frauen meist pragmatischer eingestellt. So legen sie zum Beispiel bei ihrer Kosmetikbehandlung oftmals den Schwerpunkt auf eine gründliche Reinigung. Sehr gerne werden hierzu dann auch Gerätebehandlungen wie Mikrodermabrasion oder eine Aquafacial-Behandlung verwendet, die den Reinigungsprozess verstärken. Frauen hingegen legen oftmals großen Wert auf Ent-

spannung oder auf Anti-Aging. Dies spielt auch bei gewissen Männern eine Rolle, allerdings noch nicht so intensiv wie bei Frauen.

ANDERE WAHRNEHMUNG

Es ist schwieriger, einen Mann für eine High-Tech-Anti-Aging-Behandlung zu begeistern als eine Frau. Dies liegt unter anderem auch an einem völlig unterschiedlichen Selbstwahrnehmungsgefühl. Frauen neigen dazu, in den Spiegel zu blicken und

sich auf die (in ihren Augen) Problemzonen zu fokussieren. Ein Mann sieht sich selbst anders, er sieht, ob es wieder Zeit für eine Rasur ist oder ob der nächste Friseurbesuch gebucht werden soll. Man kann eigentlich sagen, auch hier denken Männer wieder mehr pragmatisch. Das optisch deutlich Sichtbare wird wahrgenommen.

MEHR MANI- UND PEDIKÜRE

In den vergangenen Jahren konnte auch eindeutig eine Steigerung der



FOTO: PROSTOCK-STUDIO/SHUTTERSTOCK.COM

Tipp

Vielen Männern muss man das Thema Hautpflege meistens noch genau erklären. Oftmals ist es hilfreich, den direkten Nutzen zu nennen, auch wenn dieser für uns Fachleute manchmal zu einfach klingt.

Männer mögen Fakten, und mit genauen Aussagen kann man sie für etwas überzeugen. In der Regel ist es auch so, dass Männer sehr treue Kunden sind, dies gilt auch für den Kauf der Produkte.

Frauen neigen mehr dazu, einmal etwas Neues (sei es ein neues Produkt oder eine andere Kosmetikerin) auszuprobieren. Männer bleiben dem „Altbewährten“ immer treu.

gebuchten Maniküren und Pediküren bei Männern registriert werden. Dies sind auch zwei Behandlungen, bei denen es um eine praktisch veranlagte Sache geht. Für den Mann steht das Kürzen der Nägel im Vordergrund. Bei Frauen ist die aufgetragene Farbe sehr wichtig, allerdings auch der Wohlfühleffekt und wie die Anwendung generell durchgeführt wird: ob mit Fußbad bei der Pediküre oder ausgedehnter Massage.

AUSWAHL DER PRODUKTE

Auch bei der Auswahl der verwendeten Heimpflegeprodukte gibt es große Unterschiede.

Frauen bevorzugen gerne Produkte, die exakt genau für ein Anwendungsgebiet bestimmt sind. Die klassische Reihenfolge der täglichen Pflegeroutine besteht meistens aus einem Reinigungsprodukt, Tonic, Serum, Augen- und Pflegecreme, Lichtschutzfaktor und Make-up. Dazu gesellen sich manchmal noch eine extra ausgewählte Nachtpflege, Ampullen und Maske.

Männer wiederum mögen sehr gerne All-for-One-Produkte. Das Reinigungsprodukt sollte am besten auch für den kompletten Körper verwendet werden können und rasurtauglich sein. Das Tonic ist gleichzeitig durch beruhigende Wirkstoffe und Alkohol ein After Shave.

Die Pflegecreme enthält im besten Fall auch einen ausreichenden Licht-

schutzfaktor. Eine gerne gekaufte Kombination ist auch eine Creme, die sowohl für das Gesicht und als auch für den Körper verwendet werden kann. Auch von der Textur der Produkte unterscheiden sich Männer von Frauen. Frauen mögen meist cremige, samtige Texturen.

Als Reinigungsprodukte werden oft Reinigungsmilch oder -öl verwendet. Männer bevorzugen alles, was in die Geltextur geht. Wichtig bei der Hautpflege ist, „es darf nicht kleben“. Alles, was also einen zu hohen Ölanteil hat, wird von Männern nicht gerne verwendet. Noch besser sind sogar mattierende Pflegeprodukte, die keinen glänzenden Ölfilm auf der Haut hinterlassen.

BERATUNGSGESPRÄCH

Auch bei der Wortauswahl in Beratungsgesprächen sprechen Männer auf andere Schlagwörter an als Frauen. Ein Beispiel aus der Praxis verdeutlicht dies: Ein Mann kam durch Empfehlung seiner Frau zum Micro-needling. Nach kürzester Zeit meinte er, das Needling wäre wie Rasen vertikutieren.

Dies sind sehr typische Aussagen für Männer, und an dieser bildlichen Sprache kann man sich gut orientieren. Auch sprechen sie auf dynamisch klingende Wörter wie „Energie“ oder „Frischkick“ an. Frauen möchten hören, welcher Effekt durch eine Behandlung erzielt wird und was langfristig mit der Haut geschieht. Für Männer ist es wichtig, wie die Behandlung durchgeführt wird und was sofort sichtbar ist.

In der Planung bedeutet dies, dass eine Herren-Kosmetikbehandlung oftmals anders beworben werden sollte als eine Frauen-Kosmetikbehandlung. Auch die Dauer einer Herrenpflege ist meist kürzer, da die Behandlung meist „kurz und knackig“ sein soll. Optimal ist eine Behandlungsdauer von circa 45 Minuten. Lange Maskeneinwirkphasen sollten vermieden oder mit einer Kopfmassage verkürzt werden.

Ideal bei Männern ist auch ein Fruchtsäurepeeling oder eine Mikrodermabrasion, da die Männerhaut in ihrer

Beschaffenheit widerstandsfähiger ist. Eine Kosmetikbehandlung könnte daher wie folgt aussehen: Reinigung mit einem erfrischenden Reinigungsgel, Tonic, leichtes Fruchtsäure-Peeling, Ausreinigung und das Einarbeiten einer Hyaluron-ampulle mit Ultraschall. Zum Abschluss noch ein feuchtigkeitsspendendes Cremegel mit LSF. Die ganze Behandlung könnte man „Hyaluron-Power“ oder „Hyaluron-Booster“ nennen.

NEUES BEHANLUNGSFELD

Die vergangenen Jahre hat sich noch einmal ein ganz neues Behandlungsfeld bei der Herrenkosmetik geöffnet: die Entfernung von Nasen- und Ohrenhaaren sowie das fachgerechte Stylen der Augenbrauen. Dies kann explizit in der Preisliste mit aufgeführt werden, da die Kunden hier nach besonders suchen. Es empfiehlt sich sowieso, in der Preisliste eine komplette Männerpflege-Kategorie gesondert anzubieten. Viele Herren scheuen die Nachfrage, ob eine Behandlung auch für sie angeboten wird.

Schlussendlich darf man aber auch die weiblichen Kunden nicht vergessen. Sie sind meistens der größte Antreiber, wieso ein Mann, ein Kosmetikstudio betritt. In vielen Fällen schenkt eine Kundin ihrem Mann eine Anwendung und „schickt“ ihn somit zur Kosmetikerin. Tage wie Vattertag begünstigen solche Gutscheilverkäufe und sollten immer beworben werden. Hier kann zum Beispiel die oben genannte Behandlung verstärkt angepriesen werden oder einfach der Slogan „Man(n) gönnt sich ja sonst nichts“.



Julia Fessner

Die Autorin ist staatlich geprüfte Kosmetikerin und arbeitet im Beautypharm Kosmetikzentrum in Alzenau. Ihre Spezialgebiete sind Gesichtsbildungen, dauerhafte Haarentfernung, Mani- und Pediküre sowie Wellnessmassagen.
www.beautypharm-alzenau.de

GERÄTEKOMBIS FÜR KERLE

Immer mehr Männer entdecken die Kosmetik für sich. Und wen wundert es – Männer lassen sich auch gerne auf Behandlungen mit Apparaten ein. Welche Behandlungen sind hier nun besonders geeignet, und welche Kombinationen eignen sich für ihn?



FOTO: MAD_PRODUCTION/SHUTTERSTOCK.COM

Der Beauty-Liebling in Sachen apparative Kosmetik für den Mann ist sicherlich die Mikrodermabrasion. Dieses intensive Peeling sorgt gerade bei der meist etwas großporigeren Männerhaut für eine gute Grundlage zur Versorgung und Verfeinerung der Haut. Wenn Sie hier bei der Mikrodermabrasion mittels Kristallsand vom „Sandstrahlen für die Haut“ sprechen, hat der Kunde gleich ein Bild vor Augen. Bei der Mikrodermabrasion mittels Diamantschleifkopf kann auch das Bild eines „Schleifgerätes“ verwendet werden.

Neben der Hautbildverfeinerung hat die Mikrodermabrasion auch einen Anti-Aging-Effekt. Durch das verwendete Vakuum werden bereits schwache Zellverbände in der Epidermis sanft gelöst und die Zellneubildung in der Basalmembran angeregt. Feine Linien und Fältchen sind nach der Abtragung weniger sichtbar. Somit ist die Mikrodermabrasion für Jung und Alt gleichermaßen gut geeignet.

Ein weiterer Vorteil dieser Behandlung liegt darin, dass sie sich sowohl als Kurzbehandlung als auch als Komplettbehandlung eignet. Bei der Kurzbehandlung verzichte ich zum Beispiel darauf, den Bartbereich mitzubehandeln. Beim Vollbartträger wäre dies meist nicht möglich, und bei Kunden, die regelmäßig rasieren, wird dieser Bereich sowieso durch die Rasur immer wieder gepeelt.

Wie bei den meisten apparativen Behandlungen bringt insbesondere eine Kuranwendung den besten Effekt. Ich erkläre meinen männlichen Kunden hier gerne, dass sie das mit der Behandlung guter Holzmöbel vergleichen können. Hier muss auch öfters drüber geschliffen werden, damit das Holz ganz glatt wird und der Lack oder die Holzpflege richtig gut aussieht.

Mögliche Kombis: Die Mikrodermabrasion kann auch mit weiteren apparativen Methoden wie dem Aquafacial, dem Microneedling oder (ganz klassisch) dem Ultraschall kombiniert werden. Hier gilt zu beachten, dass die Ultraschallbehandlung unter die NiSV fällt.

ONLINE MEHR ERFAHREN!

Exklusiv für Online-Abonnenten:
Mehr zu NiSV-pflichtigen Verfahren
erfahren Sie auf unserer Internetseite
unter www.beauty-forum.com.
Geben Sie einfach die Nummer
155910 im Suchfeld ein.

AQUAFACIAL

Beim Aquafacial ist die Wirkung ähnlich der Mikrodermabrasion. Hier kommt noch hinzu, dass die Haut zeitgleich mit Wirkstoffen versorgt werden kann und die gesamte Kosmetikbehandlung mit den Steps Reinigung, Peeling, Ausreinigung und Serum deshalb komplett mit dem Gerät erfolgt. Verschiedene Flüssigkeiten umspülen die Poren, und mit verschiedenen Aufsätzen sowie dem Vakuum werden Hautunreinheiten sanft entfernt.

Der Fokus liegt also hier wieder auf Hautbildverfeinerung in Kombination mit intensiver Reinigung. Vor allem bei Kunden mit vielen Komedonen ist das Aquafacial eine empfehlenswerte Behandlung. Ein schöner Nebeneffekt ist, dass der Kunde die Behandlung deutlich spürt, ohne dass es unangenehm für ihn ist.

Manche Hersteller empfehlen zudem, nach der Behandlung dem Kunden den Auffangbehälter für die verbrauchten Flüssigkeiten zu zeigen und damit zu zeigen, wie effektiv die Behandlung für die Hautreinigung ist.

Auch hier ist bei größeren Hautproblemen eine Kuranwendung mit drei bis sechs Behandlungen in ein bis zwei Wochen Abständen angezeigt. Da oft auch schon eine einzige Behandlung die gewünschte Tiefenreinigungswirkung zeigt, eignet sich das Aquafacial für Kunden, die nur ein bis zwei Mal im Jahr das Kosmetikinstitut besuchen wollen.

Mögliche Kombis: Das Aquafacial lässt sich auch mit anderen apparativen Behandlungen kombinieren. Eine Möglichkeit wäre, die Intensität über die zusätzliche Mikrodermabrasion zu verstärken. Oder mit der Jet-

Behandlung vorab eine Lymphdrainage durchzuführen und Wirkstoffe in die Haut zu bringen.

JET-GERÄTE

Diese setzen darauf, über Düsenhandstücke mit hoher Geschwindigkeit Flüssigkeiten auf die Haut zu bringen und hiermit neben einer effektiven Lymphdrainage eine berührungslose intensive Reinigung sowie eine tiefenwirksame Penetration von speziellen Wirkstoffen in die Haut zu bewirken.

Besonders schön ist bei dieser Behandlung, dass sie einen sofort sichtbaren Effekt hat und sich dieser Effekt in den darauffolgenden ein bis zwei Tagen noch steigert. Ein weiterer Vorteil liegt darin, dass durch die Vielzahl der zur Verfügung stehenden Wirkseren eine Behandlung grundsätzlich für jede Hautsituation und jedes Hautalter möglich ist.

Jet-Behandlungen sind in der Regel eher kürzer angelegte Behandlungen von rund 45 Minuten, können aber durch zusätzliche Behandlungsinhalte auch auf rund 90 Minuten ausgeweitet werden. Da viele Männer es eher kurz und knackig mögen, ist die Jet-Behandlung sehr beliebt.

Wenn ich bei meinen Kunden über diese Behandlung spreche, verwende ich gerne das Bild vom „Kärchern für die Haut“.

Mögliche Kombis: Kombinationen für diese Behandlungen können das Aquafacial, das Microneedling und die Radiofrequenzbehandlung sein. Letztere fällt allerdings auch unter die NiSV.

GUT ZU WISSEN !

Männer sind treue Kunden und wechseln nur selten ihr gewähltes Kosmetikinstitut. Daher lohnt sich der Werbeaufwand doppelt.

MICRONEEDLING

Beim Microneedling werden mit feinen Nadeln Minilöcher in die Epidermis gesetzt, durch die dann Wirkstoffe leichter in die Haut gelangen

3 Vorschläge zur Vermarktung

1. Laden Sie die Männer Ihrer Bestandskundinnen zu einem „Männerabend“ in Ihr Institut ein. Themen könnten sein:
 - Männer sind anders – Männerhaut auch
 - Wie alt ist deine Haut wirklich?
 - Man(n) ist so alt, wie Man(n) sich pflegt
 Bei einem entspannten Glas Wein oder einem Bier erläutern Sie Ihr Behandlungskonzept für den Mann und nehmen ihm somit die erste Hürde. Natürlich können Sie auch die Variante eines Paarabends wählen.
2. Stellen Sie ein Probenpaket für den Mann zusammen mit einer kurzen Erläuterung, warum der Griff in den Kosmetiktiegel der Frau nicht unbedingt empfehlenswert ist. Stellen Sie sich als Personal-Haut-Coach vor und bieten Sie ein Personal Training für seine Haut an. Ihre Kundinnen werden es lieben, wenn ihre Männer endlich die Finger von ihren Kosmetikprodukten lassen. Ein Gratis-Behandlungsgutschein für eine apparative Kurzbehandlung oder eine Hautanalyse für ihn lädt ein, Neues zu probieren.
3. Besuchen Sie Geschäfte, die vornehmlich von Männern besucht werden, zum Beispiel den Zigarrenshop oder den Herren-ausstatter. Bieten Sie eine Kooperation an. Hier können Sie zum Beispiel spezielle Männerflyer auslegen mit kernigen Sprüchen. Auch ein gemeinsamer Männerabend mit Gin- oder Zigarren-Tasting wäre denkbar. An diesem Abend bringen Sie dann ein Beauty-Gerät mit und zeigen, wie einfach Mann sich pflegen kann.



Laden Sie die Männer Ihrer Bestandskundinnen zu einem „Männerabend“ zum Thema „Wie alt ist deine Haut wirklich?“ in Ihr Institut ein.

können und die zudem eine tiefenwirksame Hautreparaturkaskade in Gang setzt.

Einige Männer zucken bei der Erwähnung von Mikronadeln leicht zusammen. Da die Männerhaut in der Regel dicker als die Haut von Frauen beschaffen ist und wir lediglich im Bereich von 0,25–0,5 Millimeter Tiefe arbeiten, ist die Behandlung jedoch meist kaum spürbar. Insbesondere bei dem Wunsch nach Porenverfeine-

rung liegt dieses Treatment als sinnvolle Behandlung weit vorne.

Mögliche Kombis: Das Microneedling lässt sich gut mit der Jet-Behandlung oder der Mikrodermabrasion kombinieren.

Wichtig zu wissen ist, dass eine einmalige Behandlung nicht viel ausrichten wird. Hier ist eigentlich nur eine Kuranwendung angezeigt. Erst nach einer Kuranwendung von mindestens sechs Behandlungen im Ab-

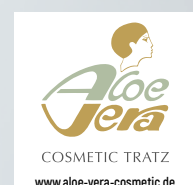
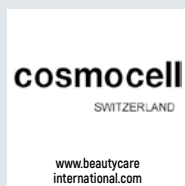
stand von zwei bis drei Wochen ist eine Wiederholung alle drei Monate sinnvoll, um das erreichte Ergebnis zu halten.



Rania Janc

Die Heilpraktikerin, Dermokosmetikerin und Spa- und Wellnessmanagerin leitet ihr Institut auf der Königsallee in Düsseldorf.

IHRE PARTNER IM KOSMETIKMARKT



www.beauty-professionals.de

Kontakt
Tel. +49 (0)7243 7278-232
beate.bantzhauff@health-and-beauty.com

BEAUTY FORUM
BE INFORMED, BE INSPIRED, BE YOURSELF!

MÄNNERKOSMETIK VERMARKTEN

Kosmetik für den Mann soll am besten hochwirksam, einfach anzuwenden und optisch ansprechend sein. Wie Sie Kosmetik für Ihre männliche Zielgruppe vermarkten, lesen Sie hier.

Kosmetik für Männer hat Tradition. Ein tradiertes Thema findet neue Aufmerksamkeit: Das ist ein Supertrend. Uns Kosmetikerinnen freut es, und die Kosmetikbranche verzeichnet dadurch gute Umsatzzuwächse. Männer sind heute sehr gepflegt und dabei, Geschlechtergrenzen zu sprengen. Ein gepflegtes Äußeres steht heute für Stärke, Erfolg im Job und nicht zuletzt für Gesundheit.

Männer bevorzugen heute beispielsweise eine glatte Körperhaut ohne zu starken „Bewuchs“. Allerdings ist die Gesichtsbehaarung gerade wieder ein Topthema. Aber, bitte ein gepflegter Bart!

Gleiches gilt auch für die Kopfbehaarung. Berühmtheiten aus der Sportwelt stehen mit ihrer Person für Anti-Schuppen-Shampoos oder Rasierklingen. Sie kreieren neue Frisurentrends und haben wohlgeformte Augenbrauen. Die Identifikation mit „Vorbildern“ wie diesen verändert die Sichtweise vieler Männer.

DER „KLEINE“ UNTERSCHIED

Ist Männerhaut anders? Ja. Evolutionsbiologisch sowie hormonell gibt es Unterschiede, die bei der Beschaffenheit von Hautpflegeprodukten und der Auswahl von Wirkstoffen berücksichtigt werden. Eine andere Struktur und Anordnung von kollagenen und elastinen Fasern lassen die Männerhaut fester sein. Durch

das Testosteron in der männlichen Haut ist der Talgfluss um ein Vielfaches höher als bei Frauen.

Deshalb neigt Männerhaut häufiger zu Unreinheiten, ist grobporiger und benötigt beispielsweise weniger Lipide. Der erhöhte Talgfluss sorgt bei Männern dafür, dass die Haut langsamer altert.

TIPP 1:

Für Sie, liebe Beauty-Profis, sind die Männer eine heiß umworbene und sehr interessante, neue Zielgruppe. Bereiten Sie alles vor, um sie mit maßgeschneiderten Konzepten in Ihr Institut zu locken. And by the way: Männer sind in der Regel entspannte und angenehme Kunden.

Eine besondere Herausforderung für die Männerhaut ist die tägliche Rasur. Eine Tortur für die Haut. Häufige Hautreizungen oder gar entzündliche Prozesse sind die Folge. Neben den rein physiologischen Unterschieden, gibt es auch bei unseren männlichen Konsumenten allerlei emotionale Bedürfnisse, die einen entscheidenden Einfluss auf die Akzeptanz von Pflegeprodukten haben.

Da wäre beispielsweise der Duft eines Produktes zu nennen. Deshalb unterscheiden sich Herren-Kosmetik und Damenkosmetik in der Auswahl von Parfümkomponenten. Rauchige, harzige und moosige Zusätze sind eher maskulin besetzt, während blumige

Zusätze eher zart und weiblich sind. Mittlerweile gibt es jedoch auch Unisexdüfte, die beide Geschlechter ansprechen sollen. Interessanterweise setzen sich solche Kreationen bislang noch nicht wirklich durch. Weiterhin ist es für Männer wichtig, dass die Pflege leicht anzuwenden ist. Zu viele Tiegel für unterschiedliche Hautzonen, werden eher abgelehnt. Bevorzugt werden eine hohe Wirksamkeit und eine einfache Handhabung.

ONLINE MEHR ERFAHREN!

Exklusiv für Online-Abonnenten:
Lesen Sie auch den Artikel "Mann – OH – Mann! – Männerkosmetik",
unter der Nummer 155252 auf
www.beauty-forum.com.

AUF MÄNNERFANG!

„Ich schicke meinen Mann auch mal bei Ihnen vorbei“. „Oh ja, bitte gern.“ Kennen Sie diese Gespräche? Reagieren Sie doch umgehend mit einem Behandlungspaket extra für Ihre männlichen Kunden. Geben Sie Ihrer Kundin direkt einen Flyer für ihren Mann mit und vereinbaren Sie einen Termin für deren Gatten. Hier spreche ich von der Generation 50+. Die jüngeren Männer haben eine selbstverständlichere und unkompliziertere Einstellung zu diesem Thema. Nicht zuletzt, weil Vorbilder, wie Serienstars oder Influencer es ihnen vorleben. Vielleicht kommen Ihre jüngeren Kunden zunächst wegen eines temporären Hautproblems zu Ihnen. Eine gute Gelegenheit, auch nach der Besserung mit der jeweiligen Hautpflege fortzufahren.

TIPP 2:

Übrigens können Sie gerade männliche Kunden über die Fußpflege gut zu einer kosmetischen Behandlung überzeugen. Ein Kunde, der auf gepflegte Füße wert legt, ist oft auch offen für weitere Pflegeangebote. Nutzen Sie dieses Potenzial.

GENDER-MARKETING

Hierbei geht es vor allem darum, die geschlechtsspezifischen Stereotypen aufzuweichen. In unserer diversen Welt sind bestimmte Rollenklischees überholt. Dieser Tatsache die nötige Aufmerksamkeit zu schenken, halte ich für unabdingbar, wenn man erfolgreich werben möchte. Aber bitte mit Augenmaß. Es gibt nicht „die Männer“, die heute ganz anders sind und leben. Es gibt lediglich einen Trend oder eine Tendenz. Greifen Sie Trends auf, ohne auf tradierte Erfahrungswerte zu verzichten. Das ist ein guter Mittelweg.

Die wichtige Frage ist: Wen möchten Sie erreichen, und wie gelingt Ihnen das am besten? Arbeiten Sie eine Zielgruppe anhand Ihres bestehenden Kundenkreises, und in Anbetracht Ihrer vorhandenen Möglichkeiten, heraus. Bewerben Sie Ihre Angebote über verschiedene digitale Kanäle. Ihre jungen Kunden lieben Instagram und Tiktok. Für die etwas reiferen Semester ist ein ansprechend gestalteter Infoflyer noch immer eine gute Option.

Denken Sie daran, bei der Gestaltung jeglicher Werbemittel für Ihr männliches Publikum nicht zu verspielt zu sein. Männer lieben klare Informationen und professionelle Beratung.

DAS BRAUCHT MÄNNERHAUT

Die beliebtesten Kosmetikanwendungen bei Ihren männlichen Kunden sind Fußpflegen und Haarentfernungen. Immer beliebter werden auch Augenbrauenkorrekturen und apparative Anwendungen für Gesicht und Körper. Weiterhin stehen Massagen für Gesicht, Nacken und Rücken bei den Männern hoch im Kurs. Eine der meistgebuchten Behandlungen von den Herren der Schöpfung, ist die Haarentfernung.

Stellen Sie sich möglichst professionell auf, um Ihre männlichen Kunden zu binden. Meist ist dies der Einstieg zu weiteren Treatments. Die Fußpflege ist bei vielen Männern mittlerweile selbstverständlich, und das nicht nur, wenn ein medizinischer Hintergrund vorliegt.

TIPP 3:

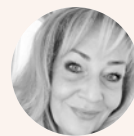
Um die Männerhaut gründlich auszureinigen, eignet sich eine Mikrodermabrasion. Jede im Anschluss verwendete Wirkpflege erzielt ein sofort sichtbares Ergebnis.

MEIN FAZIT

Die Selbstverständlichkeit, mit der Männer kosmetische Anwendungen in ihren Alltag integrieren, eröffnet Ihnen als Beauty-Profi neue Möglichkeiten für die Entwicklung von Behandlungskonzepten. Das ist nicht nur ein finanzieller Gewinn, sondern auch eine Möglichkeit, Ihr Können unter Beweis zu stellen. Männer sind angenehme Kunden, die Ihre professionelle Arbeit anerkennen und belohnen. Wenn Sie Ihre männlichen Kunden überzeugen, haben Sie im Handumdrehen neue Stammkunden, die auch regelmäßig Heimpflegeprodukte bei Ihnen kaufen. Viel Erfolg!

Gehen Sie strategisch vor

1. Entwickeln Sie Behandlungskonzepte für Ihre männlichen Kunden.
2. Bewerben Sie Ihre Konzepte über unterschiedliche Kommunikationskanäle.
3. Informieren und argumentieren Sie klar und professionell.
4. Sprechen Sie Ihre männlichen Kunden offensiv auf neue Behandlungskonzepte an.
5. Richten Sie Ihr Institut neutral und nicht zu verspielt ein.
6. Legen Sie in Ihrem Wartebereich auch Automagazine oder Ähnliches aus.



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.



MÄNNER-MANIKÜRE

Es gibt immer mehr Behandlungen, Produkte und Beauty-Trends speziell für Männer.

Auch der Weg ins Nagelstudio gewinnt immer mehr an Beliebtheit.

Nageldesignerin Eva-Maria Konwert erklärt, wie eine Männer-Maniküre abläuft.

Mehrere Hersteller und Anbieter haben schon spezielle Produkte und Behandlungen für Männer entwickelt, die zum Beispiel eine maskuline Duftrichtung haben oder einfach auf die Bedürfnisse männlicher Haut abgestimmt sind.

Um in Ihrem Studio auf die speziell für Männer abgestimmte Produkte und Dienstleistungen aufmerksam zu machen, sind Plakate, Flyer und Handouts sehr gut geeignet.

Im Social-Media-Bereich sowie auf Ihrer Website sollte dies natürlich auch nicht fehlen.

6 BASIS-STEPS ZUR MANIKÜRE

Welche Unterschiede gibt es bei einer maskulinen Maniküre zu beachten?

1. Als Erstes desinfizieren Sie die Hände und begutachten die Beschaffenheit der Nägel und Hände. Danach schieben Sie mit einem Nagelhautschieber die Nagelhaut zurück.

2. Nun können Sie mit einem speziellen Fräseraufsatz die feinen Nagelhautschüppchen auf der Nagelplatte vorsichtig wegfräsen, um den Nagel frei von Nagelhaut zu bekommen.

3. Dann können Sie mit einer feinen Nagelhautschere die trockene Nagelhaut um den Nagelrand entfernen. Gerade bei Männern, die viel mit den Händen arbeiten und trockene Hautstellen auch um den unteren Nagelrand herum haben, ist es wichtig, auch diese optimal zu entfernen. Hier können Sie mit einem Kugelfräseraufsatz arbeiten, um an diese Stellen punktgenau zu kommen.

4. Nun feilen Sie die Nägel in Form, und je nach Wunsch kuppenbündig dem Naturnagel entsprechend. Um dann die Nagelplatte noch zu glätten, können Sie mit einem sehr feinen Buffer den Nagel reinigen und etwas polieren, allerdings nicht auf Hochglanz, um die natürlichere Variante des Naturnagels bei der maskulinen Maniküre zu behalten.

5. Jetzt können Sie mit einem feinen Peeling und etwas Wasser Ablagerungen und Staub entfernen. Hier werden auch die Nagelhautränder und die Hände gepeelt, dies ist auch gut, um kleine Schwielen an den Händen zu glätten.

6. Zum Abschluss können Sie die Hände mit einer Creme benetzen, Nagelöl an den Nagelrändern auftragen und dann alles einmassieren. Fertig!

FAZIT

Der Trend zur Männer-Maniküre wird sich bestimmt weiter durchsetzen und somit bald auch bei Ihnen im Studio zu Anfragen führen.



Eva-Maria Konwert

Die Autorin betreibt bereits seit 2007 ihr eigenes Studio „Eva-Maria Konwert Nailart“ und hat außerdem ihre eigene Produktlinie „Eva-Maria Konwert Nailart“. Seit 2013 ist sie Trainerin im Nail-Bereich.

SUBTILER EFFEKT

Immer mehr Männer interessieren sich für Hautpflege, Rasurprodukte oder Haarpflege – sogar Make-up-Produkte für den Mann sind im Vormarsch. Make-up-Artistin Carena Zuleger erklärt, welche Make-up-Produkte bei Männern gut ankommen.



Es hat gedauert, Männer für Düfte, Cremes und Co. zu begeistern. Heute sind die Zeiten, in denen Männer nur mit Rasierseife und Aftershave auskommen, endgültig vorbei. Immer mehr Kosmetikinstitute greifen das Thema „Mann“ sogar bei der dekorativen Kosmetik im Institut auf. Hauptzielgruppe in Sachen dekorative Kosmetik sind nicht nur Business-Männer, sondern auch Männer, die unter Problemhaut leiden. Meist lernen Jugendliche wegen einer Akne kosmetische Anwendungen und Produkte zum Abdecken der Hautunreinheiten überhaupt erst kennen. Die Farben der Produkte sind jedoch eher zurückhaltend und betonen die Natürlichkeit des Mannes. Darauf achtet ein Mann in Sachen Konsistenz und Anwendung:

- einfache Handhabung,
- mattierenden Effekt,
- leichte Konsistenz,
- männlichen Duft.

DAS NIMMT AUCH EIN MANN

Der wachsende Markt von Make-up-Produkten, die speziell für den Mann

entwickelt wurden, steigt. Hier ein paar Beispiele:

- BB-Cremes sind die perfekte Verbindung von Feuchtigkeitscreme mit leichter dezenter Tönung für einen frischen Teint. So kann die Pflege ideal mit einem leichten Make-up kombiniert werden. Mit einem Foundation-Pinsel aufgetragen, wirkt sie sehr natürlich. Für sportliche Männer ist ein Sonnenschutzfilter ein zusätzlicher Pluspunkt. Durch die speziellen Farbpigmente gleicht eine BB-Creme sich perfekt an den Farbton der Haut an und zaubert Frische ins Gesicht.
- Concealer sind das perfekte Tool bei dunklen Augenringen, Rötungen oder um Unreinheiten abzudecken. Augenschatten können auch Männer auf eine natürliche und unkomplizierte Weise kaschieren. Am besten den Concealer mit einer Augenpflege mischen und nur im inneren Augenwinkel auftragen und gleichmäßig verstreichen. Auch ein kleiner Schnitt bei der Rasur kann so kaschiert werden.
- Augenbrauenstifte oder getönte Augenbrauengele lassen sowohl

graue Augenbrauenhaare als auch graue Barthaare gekonnt verschwinden.

- Graue Haare machen Männer bekanntlich noch interessanter, aber graue Stellen im Bart lassen den Bart unregelmäßig und fleckig wirken. Ein spezielles, getöntes Augenbrauen- und Bartgel lässt einfach und schnell graue Härchen oder auch graue Schläfen verschwinden.
- Bronzing Powder oder Mineralpulver zaubern ein mattes und leicht getöntes Hautbild. Dabei ist es nur wichtig, ein Bronzing Powder zu verwenden, das matt und ohne Gold- oder Glitterpigmente ist.
- Ein pflegender Lippenbalsam hilft bei trockenen und rissigen Lippen und kann zusätzlich die Lippenhaut glätten.



Carena Zuleger

Die Autorin ist Fachkosmetikerin, Make-up-Artist und Marketing-Fachfrau. Außerdem ist sie Inhaberin der „Beauty Connection Akademie für Kosmetik“.

ALTBEWÄHRT

Traditionelle Heilkräuter erleben seit einigen Jahren ihr Comeback. In der Kosmetik punkten heimische Pflanzenextrakte und Ölauszüge in Sachen Nachhaltigkeit und regionaler Anbau. Pflanzliche Wirkstoffe wie Johanniskraut haben sich in der Naturmedizin bewährt, sie sind aus der Hausapotheke bekannt und vermitteln Qualität und Wirksamkeit. Gesundheitswissenschaftlerin Elke Klein klärt über den Wirkstoff Johanniskrautöl auf.

Johanniskrautöl ist in der Naturheilkunde als Hautfunktionsöl die ultimative Lösung für trockene, raue und atopische Haut. Was viele nicht wissen: Das Heilkraut eignet sich hervorragend für die Hautpflege bei Akne, als schützende Lippenpflege und für antiinflammatorische Rescue-Produkte. Neben Johanniskrautöl (Mazerat beziehungsweise Ölauszug) werden in kosmetischen Formulierungen vor allem lipophile Johanniskrautextrakte eingesetzt.

ÄUSSERLICHE ANWENDUNG

Für Paracelsus war Johanniskraut die „Universalmedizin für den ganzen Menschen“. Den meisten ist das hei-

misches Kraut vorwiegend als beruhigendes Arzneimittel ein Begriff.

Tatsächlich gibt es die äußerliche Anwendung noch sehr viel länger. So wurde Johanniskraut (*Hypericum perforatum* L.) schon in der Antike zur Wundheilung, bei Schürf- und Schnittwunden, bei entzündlichen Hauterkrankungen aller Art und als Soforthilfe bei Verbrennungen eingesetzt, ursprünglich in Form von Auflagen und Wickeln, später auch als Ölauszug.

Der Ölauszug (oder auch Mazerat) ist aufgrund seiner leuchtend roten Farbe auch als Rotöl bekannt. Für die Herstellung werden einzelne Pflanzenteile oder die gesamte Pflanze über mehrere Wochen in ein passen-

des Basisöl eingelegt. Die fettlöslichen Inhaltsstoffe der Blüten, Blätter und Stiele verbinden sich mit dem Öl und bilden die Basis für das sogenannte Hautfunktionsöl. Dieses kann die Hauterneuerung stimulieren, Rötungen und Entzündungen mildern und unter anderem bei Sonnenbrand und Narben helfen. Außerhalb der Kosmetik wird Johanniskrautöl auch zur Massage bei Muskel- und Gelenkproblemen eingesetzt. Eine Perspektive, die wir auch in der Kabine nutzen können.

Als Trägeröl eignen sich stabile Pflanzenöle wie Oliven-, Mandel- und Sonnenblumenöl, aber auch Jojoba- und Sesamöl. Die rote Farbe entsteht durch den Farbstoff der gelben Blü-



FOTO: MADELINE STEINBACH/SHUTTERSTOCK.COM

Kosmetisch relevante Inhaltsstoffe im Johanniskraut

Hypericin: roter Farbstoff mit antibakteriellen Eigenschaften.

Hyperforin: entzündungshemmender und zellstimulierender Wirkstoff.

Gerbstoffe mit adstringierenden und antiinflammatorischen Effekten.

Flavonoide: sekundäre Pflanzenstoffe mit antioxidativer und entzündungshemmender Wirkung.

Ätherische Öle: unter anderem krampflösende und zellregenerierende Eigenschaften

ten. Die intensive Färbung zeigt sich bereits, wenn Sie die Blüten leicht zwischen den Fingern verreiben.

LIPOPHILE EXTRAKTE

Im Gegensatz zu vielen anderen Heilpflanzen gibt es aussagekräftige Studien zur Wirkung von lipophilen (fettlöslichen) Johanniskrautextrakten auf der Haut. Diese sind nicht neu und wurden bereits vor einigen Jahren veröffentlicht, in der kosmetischen Hautpflege aber bisher wenig beachtet.

Johanniskrautextrakte enthalten neben hohen Anteilen sekundärer Pflanzenstoffe antioxidativer Flavonoide und ätherischer Öle den roten Pflanzenfarbstoff Hypericin und den für die Hautpflege besonders relevanten Wirkstoff Hyperforin. Dieser ist nicht nur entzündungshemmend und antibakteriell, sondern er kann die Hautbarriere auch stärken und reparieren sowie den transepidermalen Wasserverlust reduzieren. Die Haut speichert mehr Feuchtigkeit, raue und schuppige Stellen werden gemildert, und die Hautstruktur zeigt sich deutlich glatter. Darüber hinaus sollen Johanniskrautextrakte in der passenden Formulierung Juckreiz lindern. All diese Eigenschaften sind natürlich nicht nur für atopische Haut von Bedeutung, sondern auch für unreine und entzündliche Haut.

POTENZIAL HYPERFORIN

Die Wirkung: Der Pflanzenstoff Hyperforin ist in der Lage, überschießende Immunreaktionen direkt an den Hautzellen zu verhindern. Gleichzeitig soll er die Zellneubildung und somit die Regeneration der Haut

fördern. Beides spielt bei der Wundheilung eine Rolle. In experimentellen Untersuchungen zeigte der Wirkstoff ausgeprägte entzündungshemmende und differenzierungsfördernde Effekte. So wird vor allem der Zellstoffwechsel innerhalb der Keratinozyten (Kalziumeinstrom) beeinflusst. Dieser Mechanismus kann das Hautbild bei atopischer Dermatitis und Psoriasis entscheidend verbessern.

Hyperforin hat schon in geringer Konzentration starke antioxidative Eigenschaften. Diese verstärken sich durch den hohen Anteil an Flavonoiden im Johanniskrautextrakt. Der hohe Anteil an Flavonoiden im Extrakt verstärkt diesen Effekt zusätzlich. Johanniskrautextrakte sind somit hervorragende Radikalfänger und bieten einen gewissen Schutz vor vorzeitiger Hautalterung.

LICHTSENSIBILITÄT

In der Kosmetik war der Pflanzenwirkstoff lange Zeit kein Thema, zumal davon ausgegangen wurde, dass die topische Anwendung mit einer erhöhten Lichtempfindlichkeit einhergeht. Dies ist laut mehrerer Untersuchungen zumindest für die Anwendung in Emulsionen nicht der Fall. Für das Auftreten einer Photosensibilität bei äußerer Anwendung müssten sehr hohe Konzentrationen des Wirkstoffs verwendet werden – dieser würde dann quasi pur, ohne weitere Fett- und Feuchtigkeitssubstanzen auf die Haut aufgetragen. In seltenen Fällen wurde im Zusammenhang mit Johanniskrautöl über sonnenbrandähnliche Hautreaktionen berichtet. Verantwortlich hierfür

ist der Inhaltsstoff Hypericin. Grundsätzlich kann es auch bei der Anwendung einer Creme nicht schaden, vorsorglich auf intensive Sonnenbäder zu verzichten oder einen entsprechenden Sonnenschutz aufzutragen.

KOSMETISCHE ANWENDUNGEN

Johanniskrautextrakte eignen sich als Wirkstoff in unterschiedlichsten Präparaten. Angefangen vom Lippenbalsam bis hin zum intensiv rötungsmildernden Rescue-Serum. Sinnvolle Anwendungen sind beispielsweise:

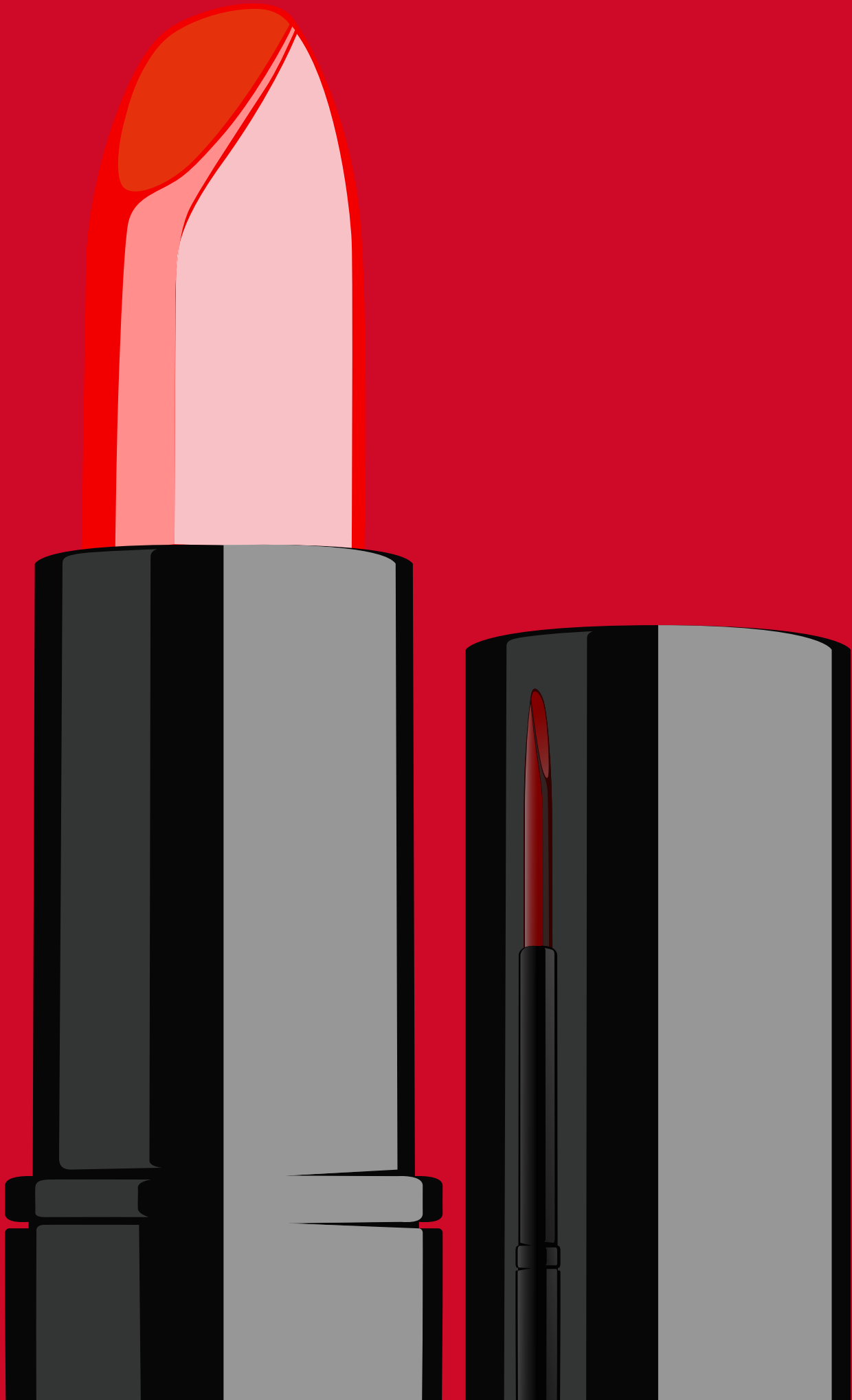
- als Lippenpflege mit Johanniskrautextrakt, Shea- und Kakao-butter bei rissigen Lippen und nach starker Sonneneinstrahlung.
- in der Fußpflege als Alternative zur konventionellen Schrundensalbe. Johanniskraut unterstützt die Zellneubildung und kann Risse und Schrunden reduzieren, gegebenenfalls als Alternative zu Urea.
- in Seren für seborrhoische Haut, auch in Kombination mit weiteren Heilölen, ätherischen Ölen oder Wirkstoffkonzentrationen (Extrakten), zum Beispiel Lavendel und/oder Weihrauch.
- in barriereaffinen Formulierungen für atopische und hyperempfindliche Haut.
- in After-Sun-Produkten und rötungsmildernden Masken.
- als Narbenpflege, auch bei Aknenarben.
- als Massageöl für Körpermassagen. Johanniskrautöl ist mit dem passenden Trägeröl perfekt für entspannende Körper-, Rücken-, Hand- oder Fußmassagen. Der Ölauszug ist eine gute Basis für Salben und Cremes und als Wirkstoffkonzentrat.

Tipp für die Kabine: Verwenden Sie ein Johanniskrautöl tröpfchenweise als Maskenzusatz, als ergänzende Ampulle nach dem Ausreinigen oder als Massagezusatz.



Elke Klein

Die Autorin ist Gesundheitswissenschaftlerin und freie Redakteurin. Sie betreibt ihr Blogazin *cline-cosmetics.de* und ist Dozentin für medizinische Kosmetik und Aromatherapie.



MUT TUT! GUT!

Knallige Farben wie ein Statement-Rot auf den Lippen sind für Ü50-Kundinnen unpassend? Dieser Meinung ist Visagistin Tanja M. Copertino ganz und gar nicht. Auf den nächsten Seiten zeigt sie, auf welche Make-up-Technik es im Alter zu achten gilt und wie Sie Ihre Kundinnen im Handumdrehen um bis zu zehn Jahre jünger schminken können.



FOTO: AWAKENBEAUTY; VISAGIST: TANJA M. COPERTINO; HAARE: FRISEUR GRANDE, BREMEN

DIE EXPERTIN



TANJA M. COPERTINO

die Make-up-Expertin arbeitete international für namhafte Kosmetikkonzerne in über 45 Ländern, machte sich 2013 selbstständig, schrieb ein Make-up-Fachbuch und etablierte dazu eine neue Make-up-Ausbildung. www.beautist.de

Viele Frauen machen den Fehler, ihre Schminktechniken und Lieblingsfarben aus der Jugend mit ins Alter zu nehmen. Unsere Haut verändert sich aber, und darum sollte sich auch unser Make-up ändern.

EINE SACHE DES ALTERS

Bei manchen von uns kommt der Alterungsprozess schon sehr früh zum Tragen und wird durch äußere Einflüsse wie Nikotinkonsum, Hormonumstellungen oder UV-Strahlung beschleunigt. Zuerst beginnt die Spannkraft im Gewebe nachzulassen, was zu einem Absacken der Haut führt, das man als Erstes an der Augenbraue bemerkt. Diese senkt sich, Schlupflider werden verstärkt,

und die Augen schauen schnell müde aus. Dazu kommt eine trockene, manchmal schuppige Erscheinung, oft in Verbindung mit Rötungen an den Wangen.

Mit der richtigen Make-up-Technik können wir Profis allerdings gegensteuern. Wichtig dabei ist, der Haut einen gepflegten Eindruck zu verleihen, sie nicht zu überladen und ihr die jugendliche Frische zurückzugeben.

Dazu kommen starke Konturen an der Augenpartie mit perfekt platziertem Lidschatten und viel Farbe und Leuchtkraft durch einen kräftigen Lippenstift. Wir sehen bei meinem Look, dass die richtige Make-up-Technik unser Model zehn Jahre jünger wirken lässt.



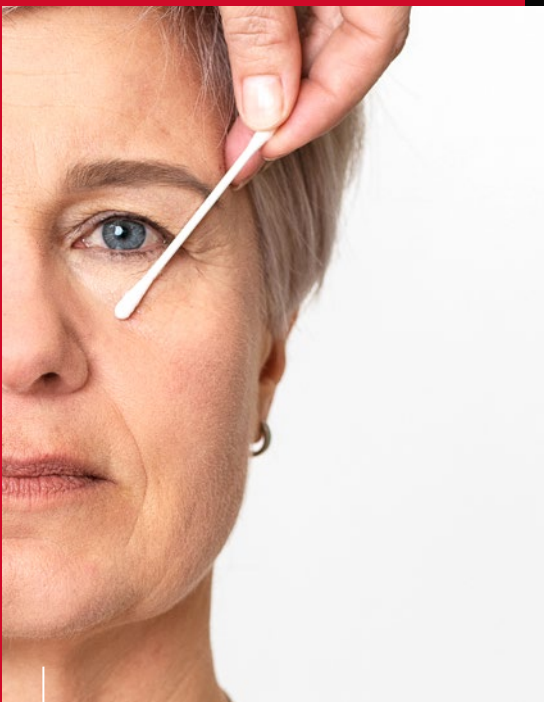
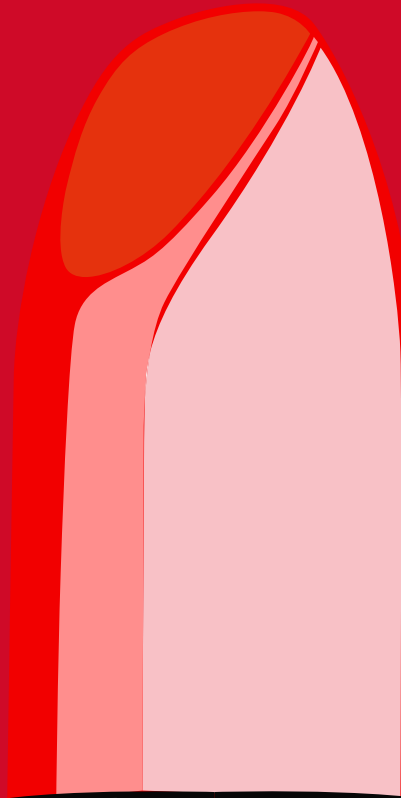
1 Nichts sieht schlimmer aus als „voll gekleisterte“ Haut. Darum sollte sie vor dem Auftragen des Make-ups gut gepflegt sein, ohne sie jedoch zu überpflegen. Das Make-up sollte absolut natürlich wirken, aber die Rötungen trotzdem abdecken und vor allem nicht nach kurzer Zeit schon in die Fältchen kriechen. Ein sehr sparsam eingesetzter Concealer ist in Must-have. Das sind genau die Faktoren, die Frauen ab 50 heute erwarten. Weniger ist mehr!



2 Bei den Augenbrauen ist bei einer Ü50-Kundin das Alter und das damit verbundene Absacken der Braue ein Thema. Darum muss man hier umso mehr auf die perfekte Form achten und die Brauen optisch mit Farbe anheben. Im Alter zeigt sich auch oft durch die Mimik ein starkes Ungleichgewicht wie bei diesem Model, das ausgeglichen werden muss. Aber Achtung: Augenbrauen sind Geschwister, keine Zwillinge. Sie müssen nicht 100 Prozent gleich sein, das wirkt unnatürlich, aber sie müssen in ihre jeweilige Gesichtshälfte passen.

„WIR SEHEN BEI MEINEM
LOOK, DASS DIE RICHTIGE
MAKE-UP-TECHNIK UNSER
MODEL ZEHN JAHRE
JÜNGER WIRKEN LÄSST.“

TANJA M. COPERTINO



3

In Sachen Make-up bei einer Ü50-Kundin gilt unbedingt: Nein zu Glitzer (!) – denn der bringt die Falten erst so richtig zur Geltung. Besser matte und natürliche Nuancen verwenden, mit denen können wir die Augenpartie optisch liften. Wichtig ist, die Linie vom äußeren Augenwinkel zum Ende der Augenbraue nicht zu überschminken, denn das zieht die Augenpartie optisch wiederum nach unten und lässt sie alt und müde aussehen.



4

Die Augen brauchen im Alter unbedingt eine gute Kontur, um klarer auszusehen. Viele Ü50-Damen trauen sich nicht mehr an schwarze Kajalstifte und nutzen zu sanfte Farben. Wichtig bei einer schwarzen Linie ist, diese sehr dünn und gleichmäßig aufzutragen. Ich verblende sie dann noch mit dem Lidschatten, den ich schon auf dem Lid verwendet habe, achte aber darauf, sie nicht dicker auszublen-den. Ich nutze dafür immer ein wasserfestes Produkt, um die Haltbarkeit zu garantieren.



5

Weniger ist mehr, das ist das Motto bei einem Ü50-Make-up. Das gilt aber nicht für Mascara. Hier ist mehr viel besser. Schauen wir uns das Make-up großer Hollywood-Diven an, sehen wir immer sehr intensiv getuschte Wimpern. Daher tusche ich die Wimpern meiner Kundin zweimal und kämme sie für eine perfekte Trennung mit einem Wimpernkamm mit Metallzähnen.



6

Nude-Töne und softe Farben sehen bei jungen Gesichtern super aus, wirken bei Ü50-Ladys einfach nur fad. Während sich das gesamte Make-up für diese Zielgruppe in Zurückhaltung übt, gibt die Lippenstiftfarbe richtig Gas. Für Kundinnen, die Leuchtfarben wie Pink, Rot und Orange nicht gewohnt sind, ist das zunächst eine Überwindung. Belohnt werden sie für den Mut dann aber mit den vielen Komplimenten.



Fertiger Look



Mit der richtigen Make-up-Technik und dem dazu passenden Styling können Sie Ihre Kundinnen ganz einfach um Jahre jünger wirken lassen. Entgegen vieler Meinungen dürfen auch Frauen im besten Alter zu einem kräftigen Lippenfarbton greifen. Das erlebe ich immer bei meinen Kundinnen, die ich zu einer solchen Farbe „überredet“ habe. Die Dankbarkeit ist mir aufgrund der vielen Komplimente, die die Kundin aufgrund der Lippenfarbe erhält, sicher.

ONLINE MEHR ERFAHREN! ➡

Exklusiv für Online-Abonnenten: Sie interessieren sich für mehr Styling-Tipps für Best Ager? Auf www.beauty-forum.com gibt Ihnen Viktoria Handke Tipps. Geben Sie einfach die Nummer 151690 im Suchfeld ein.

LEUCHTEND ROT



1 MALU WILZ BEAUTÉ Der rückdrehbare Lippenkonturenstift „Soft Lip Styler Nr.52 wildflower“ eignet sich für einen akkuraten Farbauftrag. Die Textur soll die Lippen nicht austrocknen und mit ihrer cremigen Textur überzeugen. www.malu-wilz.shop
2 LOOK TO GO Ein umwerfender und aussagekräftiger Rotton verspricht der Nagellack „Viva Magenta“ zu sein. Die Geltextur soll für eine lange Haltbarkeit sorgen. www.look-to-go.de
3 JACKS BEAUTY LINE Der Lippenstift in der Farbe „Signature Red“ ist nicht nur ein Blickfang, die cremige Textur soll auch die Lippen pflegen, ein mattes Finish und eine hohe Deckkraft erzielen. www.jacks-beautyline.com
4 ANNEMARIE BÖRLIND Das vegane „Lip Oil“ in der Farbe „Berry Rose“ verspricht einen frischen Glow auf den Lippen. Der enthaltene Wirkstoff aus der Wakamealge soll das Lippenvolumen erhöhen. www.boerlind.com



EGYPT-WONDER

Auch der Mann
bräunt sich gerne mit unseren
EGYPT-WONDER Produkten –
nicht nur die Frau!



Sich bräunen mit Tonerde!
Gerade zu dieser Jahreszeit
macht es Freude gebräunt und
frisch auszusehen!



Und diese
Bräune führen wir

1. lose im Tontopf
2. in kompakter Form aber auch
3. flüssig!

info@tana-cosmetics.de
www.tana-cosmetics.de
+49 521 621 56

Tana
COSMETICS

Für Sie seit 1935.

FASHIONBURNER FÜR SIE AUSGESUCHT

FASHION

für den Mut-tut-gut-Look



1

GOLD-FINGER

H&M | Goldene Ringe in verschiedenen Größen und Formen, 14,99 Euro, www.hm.com

2

ALLES AUF ROT

Gobi Mongolian Cashmere | Modern geschnittenes „Silk Cashmere Tank Top“ in der Farbe „Bright Rose“, 169,00 Euro, www.gobicashmere.com



3

LÄSSIGER SCHNITT

Lotta Ludwigson | Lässig geschnittene Karottenhose „Lotta Pants“ in der Farbe „Wool Creme“, 360,00 Euro, www.lottaludwigson.com



4

HINGUCKER

Fila | Zweifarbiger Sportschuh „Astatine WMN“ in der Farbe „Geranium-Pink-Fiery-Red“, 179,95 Euro, www.fila.de



5

FÜR ALLES GEWAPPNET

Anne Bernecker | Designer-Bluse „Juno-Shirt“ mit rechteckigen und dreieckigen Glaskristall-Applikationen im Schulterbereich, 370,00 Euro, www.annebernecker.co.uk



6

ARM-FREIHEIT

Gobi Mongolian Cashmere | Locker geschnittene, ärmelfreie, zweireihige Weste aus Cashmere in der Farbe „Bright Rose“, 749,00 Euro, www.gobicashmere.com



PRAKTISCH RECYCELTE

Vinnasign | Vegane Tasche „Cross Body Bag Södermalm“ aus recycelten Materialien wie Milchtüten, und PET-Flaschen und Biomaterialien, 219,00 Euro, www.vinnasign.com

7



8

AUF HOHEN SOHLEN

Bogner | Plateau-Sneaker „Shanghai“ aus Nubukleder und Velourslederdetail in der Farbe Beige, 375,00 Euro, www.bogner.com

9

LOUNGE-WEAR

Hanro | Lässige Shortpants „Sleep-Nachtwäsche“ in der Farbe „garnet red“, 70,00 Euro über the wearness, www.hanro.com



Entspannung ist wesentlicher Part im Sinne eines ganzheitlichen Beauty-Konzepts. Denn Ruhe, Stille und Meditation halten jung und schenken Körper, Geist und Seele neben einem natürlichen Anti-Aging-Effekt eine herrliche Auszeit vom stressigen Alltag. Somit ist Autogenes Training eine hervorragende Methode für Beauty-Anwenderinnen. Abbas Schirmohammadi, Heilpraktiker für Psychotherapie, und Heilpraktiker Kian Schirmohammadi erklären Ihnen alles über die Methode.

MEHR GELASSEN- HEIT

FOTO: EVGENY ATAMANENKO/SHUTTERSTOCK.COM

Beim Autogenen Training wird eine Programmierung vorgenommen. Wir sprechen das vegetative Nervensystem an, das unter anderem für Herzschlag, Atmung, Blutdruck und Gefäße verantwortlich ist und die Nerven des vegetativen Nervensystems Sympathikus und Parasympathikus beherbergt.

- Der Sympathikus steht für Arbeit, Stress, Anspannung und ist von Sonnenaufgang bis Sonnenuntergang aktiver.
- Der Parasympathikus steht für Ruhe, Entspannung, Erholung und ist von Sonnenuntergang bis Sonnenaufgang aktiver.

Autogenes Training bewirkt eine gezielte Umschaltung von Sympathikus auf Parasympathikus. Dadurch gelingt es, auftretende negative Reize (zum Beispiel Ärger, Konflikte, Stress) fernzuhalten. Organe und Organsysteme, die früher hilflos vegetativen Fehlreaktionen ausgesetzt waren, können so positiv beeinflusst werden.

WARUM IST ENTSPANNUNG SO WICHTIG?

Immer mehr Deutsche verursachen immer mehr krankheitsbedingte Fehltag im Job. Die drei häufigsten Krankschreibungen gehen auf Atemwegsinfektionen, Erkrankungen des Muskel-Skelett-Systems (vor allem Rückenleiden) und psychische Erkrankungen (vor allem Depressionen) zurück.

Der Stressfaktor im Leben steigt kontinuierlich. Der Mensch muss gegensteuern und seine Ruhe wiederfinden. Denn in Ruhemomenten kann sich unser Körper erholen, der Kopf wird klar, wir können uns sammeln und Kraft tanken für die nächsten Herausforderungen. Werden Ruhepausen nicht in Anspruch genom-

men, endet man schnell im Erschöpfungs-Burn-out mit möglichen schwerwiegenden Folgen.

Um unsere Leistung zu steigern und damit unsere Gesundheit und Schönheit zu fördern, brauchen wir Pausen, müssen sortieren, was uns wirklich wichtig ist, sollten uns bewusst Phasen der Ruhe und Stille gönnen, die unseren Akku wieder zu 100 Prozent aufladen. Autogenes Training kann hier eine gute Hilfestellung im Alltag bieten.

AUTOGENES TRAINING: ENTSTEHUNGSGESCHICHTE

Autogenes Training ist eine auf Autosuggestion basierende, weltweit praktizierte, wissenschaftlich anerkannte Entspannungsmethode. Es wirkt beruhigend, lösend und regenerierend auf den ganzen Organismus.

Der Übende befindet sich in einem Zustand vertiefter Konzentration und Meditation. Autogenes Training entspannt nicht nur körperlich, sondern trainiert auch den Kreislauf und die Konzentrationsfähigkeit, schafft einen klaren Kopf und lehrt den Übenden, Körper, Geist und Seele allein mit der Kraft seiner Gedanken positiv zu beeinflussen. Die Suggestion (psychische Beeinflussung eines Menschen) ist eines der ältesten Heilmittel der Medizin.

Der Chirurg James Braid erkannte um 1843 die physiologischen und psychischen Voraussetzungen des künstlich hervorgerufenen schlafähnlichen Zustandes, prägte den Namen „Hypnose“ und setzte sie als Behandlungsverfahren ein. Ende des 19. Jahrhunderts beschäftigte sich der Hirnforscher Oskar Vogt mit der Selbsthypnose: Er wandte sie als prophylaktische Ruhepause an, mit der die Betroffenen Erregungs- und Anspan-

nungssituationen begegnen sollten. Zwischen 1926 und 1932 entwickelte der deutsche Arzt und Psychologe Dr. Johannes Heinrich Schultz das Autogene Training. Er kreierte damit eine einzigartige Entspannungs- und Ruhetechnik, die unabhängig von kulturellem Umfeld und Weltanschauung anwendbar ist.

Seit 1932 gilt Autogenes Training als bewährte Therapiemethode, auf die viele Ärzte, Heilpraktiker, Wellness-therapeuten oder Psychologen zurückgreifen, um Stress und psychosomatische Störungen ihrer Klienten zu behandeln. Zudem ist Autogenes Training eine der beliebtesten Entspannungsmethoden der Deutschen, da sie diese auch selbstständig anwenden können.

Die 7 Grundstufenübungen beim Autogenen Training:

1. RUHEÜBUNG

Die Ruheübung, die für jede konzentrierte Einstellung erforderlich ist, hat die Suggestion „Ich bin ruhig und entspannt“. Man soll das Entspannen geschehen, die Gedanken, die noch da sind, ziehen lassen. In der absoluten Ruhe, die sich wie ein Mantel schützend um einen legt, folgen die nächsten Übungen.

2. SCHWEREÜBUNG

Die Schwereübung nutzt die Vorstellung „Mein Körper ist angenehm schwer“. Die Suggestion bewirkt wohlige Müdigkeit und Gliederschwere. Durch das Gefühl der Schwere gewinnt man Abstand zu allem, was einen bedrückt. Die Muskeln lockern sich, die Entspannung wird vertieft.

3. WÄREMÜBUNG

Die Wärmeübung lautet „Mein Körper ist angenehm warm“. Bei dieser Gefäßentspannung wird eine innere strömende Wärme empfunden. Es kommt zur entspannenden Gefäßerweiterung.

„AUTOGENES TRAINING, EINE DER BELIEBTESTEN ENTSPANNUNGSMETHODEN DER DEUTSCHEN, DA SIE DIESE AUCH SELBSTSTÄNDIG ANWENDEN KÖNNEN.“



Beim Autogenen Training ist es das Ziel, Entspannung zu finden. Darum sollte man sich für die Übung möglichst bequem hinlegen.

4. ATEMÜBUNG

Mit der Atemübung „Mein Atem ist ruhig und gleichmäßig“ findet der Übende seinen eigenen Atemrhythmus. Ziel ist eine konzentrierte Einstellung auf das Atmen, sich des Rhythmus bewusst zu werden und die Wirkung der Atmung zu spüren. Unendlichkeit soll empfunden, das steuernde Prinzip in sich selbst wahrgenommen werden.

5. HERZÜBUNG

Die Herzübung lautet „Mein Herz schlägt ruhig und gleichmäßig“. Alternativ kann sich auf den Puls konzentriert werden.

6. SONNENGEFLECHTSÜBUNG

Es folgt die Sonnengeflechtsübung „Mein Sonnengeflecht ist strömend warm“. Das Sonnengeflecht ist ein Geflecht von Nervenzellen und -schaltstellen und liegt unterhalb des Zwerchfells. Es regt den Stoff-

wechsel an, fördert die Verdauung, beeinflusst Magen, Darm, Leber, Gallenblase, Bauchspeicheldrüse und Sexualdrüsen.

Das erfolgreiche Durchführen dieser Übung ist der Schlüssel für viele heilsame Umschaltungen im Organsystem.

7. KOPFÜBUNG

Die Letzte ist die Kopfübung „Meine Stirn ist angenehm kühl“. Ziel ist es, einen klaren, freien Kopf zu gewinnen. Eine Leistungssteigerung kann programmiert werden.

Jede der sieben Formeln der Grundstufenübung soll sechs Mal wiederholt werden, außer der Stirnformel. Hier sollte eine Wiederholung nur drei Mal stattfinden.

DAS LÖSUNGSRITUAL

Schließlich wird die Entspannung mit folgendem Ritual gelöst:

- Hände zu Fäusten ballen, Arme beugen und strecken
- tief atmen

- Augen auf, recken und strecken, zurück sein im Hier und Jetzt

VIELSEITIG EINSETZBAR

Autogenes Training ist eine Entspannungsmethode, um Gesundheit zu erhalten und zu fördern. Darüber hinaus sind Linderung bis sogar Heilung körperlicher und psychischer Probleme und Erkrankungen wissenschaftlich belegt, unter anderem bei:

- Angststörungen
- Burn-out
- Hautkrankheiten
- Konzentrationsstörungen
- Kopfschmerzen
- Neurodermitis
- Schlafstörungen
- Stress
- Zähneknirschen

ES LOHNT SICH

Unserer Erfahrung nach ist die Methode genauso effektiv wie simpel. Sie ist für Jung und Alt gleichermaßen geeignet, für Entspannungsneulinge genauso wie für Profis. Sie ist immer und überall anwendbar, kann in fünfminütiger Kurzform bis hin zur



Die Atmung ist ein wesentlicher Bestandteil, um den Körper in die Entspannung zu bringen.

30-minütigen Genussform praktiziert werden. Ihre Nebenwirkungsfreiheit ist genauso beeindruckend wie die Hunderte Studien, die die Wirksam-

keit des Autogenen Trainings belegen. Daher unsere klare Empfehlung: Entspannen Sie mit dem Autogenen Training!

ONLINE MEHR ERFAHREN!

Exklusiv für Online-Abonnenten: Sie interessieren sich auch für das Thema Burn-out? Auf unserer Internetseite www.beauty-forum.com lesen Sie mehr dazu. Geben Sie einfach die Nummer 156034 im Suchfeld ein.

Autogenes Training: die Übung

Legen oder setzen Sie sich bequem hin und machen Sie es sich gemütlich. Schließen Sie Ihre Augen und bereiten Sie sich auf eine wundervolle Entspannung vor. Atmen Sie ein paar Mal tief ein und aus – und lassen Sie beim Ausatmen alle Gedanken ziehen. Tief einatmen und beim Ausatmen loslassen. Atmen Sie nun ganz ruhig weiter und lockern Sie alle Muskeln Ihres Körpers. Schaffen Sie sich Ihren persönlichen Wohlfühlort, tauchen Sie in ihn ein und genießen Sie die wundervolle Ruhe und Entspannung, die Sie erfahren. Denken und fühlen Sie:

- Ich bin ruhig und entspannt. (Sechs Mal)
- Konzentrieren Sie sich nun auf Ihren Körper und stellen Sie sich auf eine angenehme Schwere ein: Mein Körper ist angenehm schwer. (Sechs Mal)
- Stellen Sie sich auf eine wundervolle Wärme ein: Mein Körper ist angenehm warm. (Sechs Mal)
- Spüren Sie Ihren Atem: Mein Atem ist ruhig und gleichmäßig. (Sechs Mal)
- Leiten Sie Ihre Aufmerksamkeit auf Ihr Herz: Mein Herz schlägt ruhig und gleichmäßig. (Sechs Mal)
- Konzentrieren Sie sich auf Ihr Sonnengeflecht und spüren Sie: Mein Sonnengeflecht ist strömend warm. (Sechs Mal)
- Wandern Sie hoch zu Ihrer Stirn: Meine Stirn ist angenehm kühl. (Drei Mal)

Genießen Sie diesen wunderschönen Zustand. Bereiten Sie sich jetzt darauf vor, diese Übung zu beenden. Seien Sie sich bewusst, dass Sie diesen wunderschönen Zustand mitnehmen können ins Hier und Jetzt.

Ballen Sie die Hände zu Fäusten, beugen und strecken Sie die Arme, atmen Sie tief ein und aus, strecken Sie sich. Öffnen Sie Ihre Augen, und Sie sind nun hellwach, frisch, munter und voller Energie im Hier und Jetzt, es geht Ihnen gut.



Abbas Schirmohammadi

Der Autor ist Heilpraktiker für Psychotherapie und Coach. Er vermittelt seit über 15 Jahren sein Wissen in Coachings, Seminaren, Fachartikeln und Audioprogrammen. www.abbas-schirmohammadi.de



Kian Schirmohammadi

Der Autor ist Heilpraktiker, Psychologischer Berater und Coach. Seit 2011 führt er seine Naturheilpraxis in Schleiden/Eifel. www.naturheilpraxis-schirmohammadi.de



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 ...



SERENA GOLDENBAUM

Die VIP-Make-up-Artistin, Hairstylin, Autorin und Content Creatorin kreiert Hair- und Make-up-Looks unter anderem für Stars wie Heidi Klum, Sylvie Meis und hat schon mit vielen internationalen Stars wie Gisele Bündchen, Susan Sarandon, Naomi Campbell und Claudia Schiffer für Werbeshootings, Fashionshows, Fernsehen, Film, Musikvideos und Kosmetikfirmen gearbeitet.



Die Stylistin hat schon viele nationale und internationale Stars für ihren großen Auftritt bei Musikvideos, Werbeshootings oder Filmproduktionen in Szene gesetzt.

1

Was ist Ihr liebstes Reiseziel und was gefällt Ihnen dort am besten?

Für mich gibt es nicht nur ein Reiseziel. Die ganze Welt hat so viele schöne Plätze, an denen ich noch nicht war, und noch so viele, die ich erkunden möchte: die Menschen, ihre Traditionen und Kulturen, die Bräuche und Bauwerke – und natürlich die Landschaften. Ein Traum von mir ist es, eine Weltreise zu machen.

Was bedeutet für Sie Schönheit?

„ALLES, WAS ICH LIEBE, EMPFINDE ICH ALS SCHÖN.“

Für mich ist das die Natur, Menschen, Tiere und die reine Seele dahinter.



2

WIE ENTSPANNEN SIE AM WOCHEN- ENDE ODER NACH FEIERABEND?

Gesunde Nahrung kochen und vorbereiten, mit Freunden und Familie Ideen schmieden und brainstormen, wie man die Ideen am besten umsetzen kann.



Die Make-up-Artistin genießt es, gesund zu kochen und ihre Familie und Freunde zu verköstigen.



Wasser ist für Serena Goldenbaum in vielerlei Hinsicht ein Lebenselixier.

Was machen Sie, wenn Sie einen Tag freihaben?

Ich liebe es, am Wasser zu sein. Brauche ich mal Erholung von meinen vielen Ideen und etwas Ruhe im Kopf, dann fahre ich ans Wasser: ans Meer oder an einen See, gehe baden oder fahre Boot.

WIE HALTEN SIE SICH IN IHRER FREIZEIT FIT UND HEALTHY?

Ich liebe Meditation und gesunde Ernährung, esse kein Fleisch und keine Milchprodukte, trinke viel Wasser und versuche, meinem Körper nach dem vielen Stress, dem Adrenalin und der Anspannung in meinem Job Entspannung zu geben. Ich bin gerne in Aktion wie beispielsweise beim Reisen und bleibe so in Bewegung.

4



Beim Reisen entspannt sich die VIP-Make-up-Artistin nicht nur, sondern hält sich so neben einer gesunden Ernährung auch fit.

BEAUTY FORUM MÜNCHEN 2023

SAVE*the***DATE!**

**JETZT SCHON VORMERKEN -
EXKLUSIVE EIN-TAGES-EVENTS
FÜR BEAUTY-PROFIS**

BEAUTY BUSINESS DAY Wien
2. September 2023
Hotel Andaz Vienna am Belvedere

BEAUTY BUSINESS DAY Stuttgart
2. Dezember 2023
Hotel Le Méridien Stuttgart

[www.beauty-fairs.de/
beauty-business-days](http://www.beauty-fairs.de/beauty-business-days)



BEAUTY FORUM MÜNCHEN by COSMOPROF

Termin im Kalender schon notiert? Am 28. + 29. Oktober 2023 findet in drei Hallen der Messe München die 37. BEAUTY FORUM MÜNCHEN statt. Unter dem Motto „We believe in the power of beauty“ können Sie sich auf ein vielfältiges Ausstellungsangebot und hochwertige Weiterbildungsmöglichkeiten freuen.

Die 37. BEAUTY FORUM MÜNCHEN bietet eine umfangreiche Fachausstellung, die Ihnen ein großes Angebot aus allen Bereichen der professionellen Dienstleistungskosmetik präsentiert. Ergänzt werden die klassischen Ausstellungsbereiche durch den Bereich Hair, die Plattform für Firmen und Marken aus dem Friseurbereich, sowie durch die Start-up-Zone, in der sich junge Unternehmen der Beauty-Branche Ihnen, den Beauty-Profis, vorstellen. Auch neue

Ausstellungsbereiche finden sich in diesem Jahr auf der Messe – die Themenbereiche Gesundheit/Ernährung und Wohn- und Lifestyle ergänzen die Kosmetik-Fachausstellung perfekt.

SOMMERRABATT NICHT VERPASSEN

Nur im Juli und August: 5 Euro Extra-Sommerrabatt auf alle Tages- und Dauerkarten!

Sichern Sie sich noch heute Ihr Ticket:
www.beauty-fairs.de/muenchen

SAVE *the* DATE!

BEAUTY FORUM MÜNCHEN

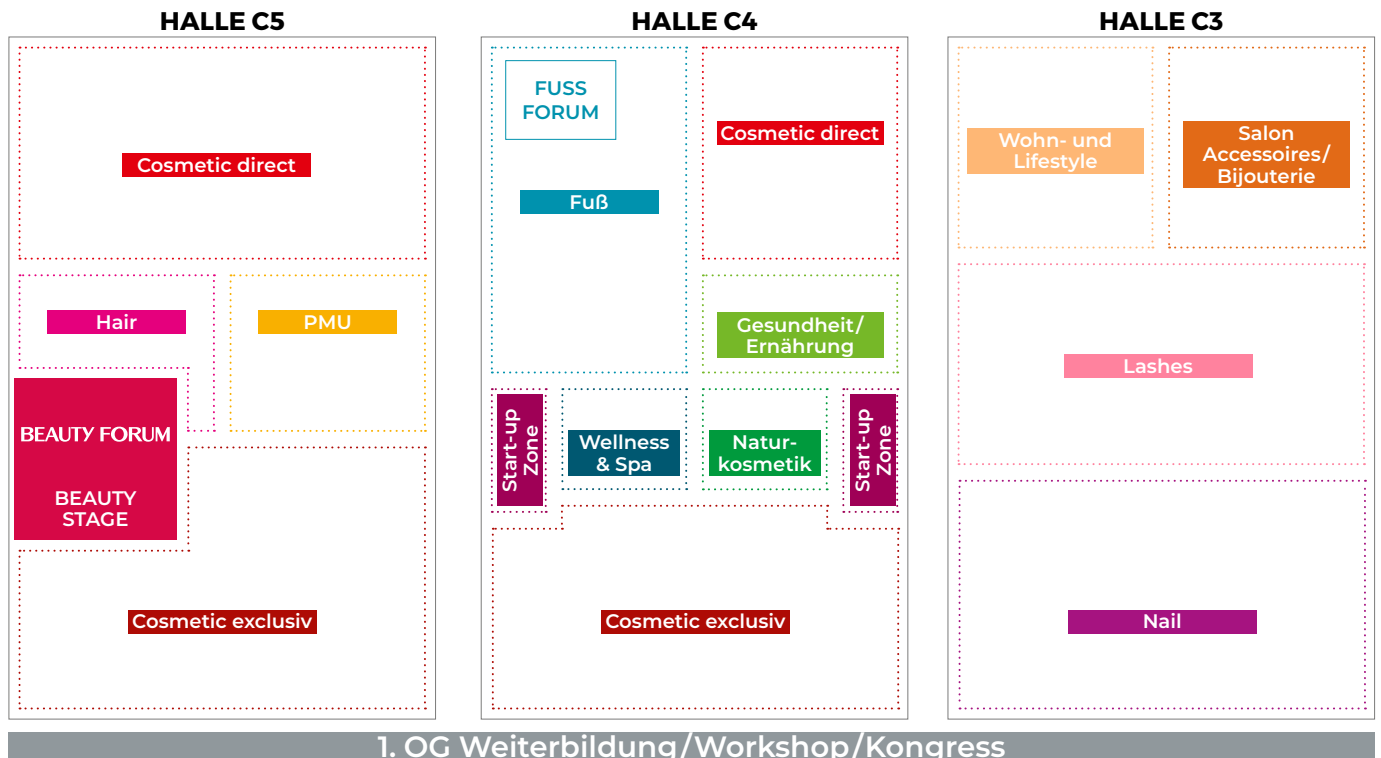
Internationale Beauty-Fachmesse

**28. + 29. Oktober 2023,
Messe München**

5 Euro auf den Eintritt sparen!
 Promocode: **BEAUTYFORUM2023**

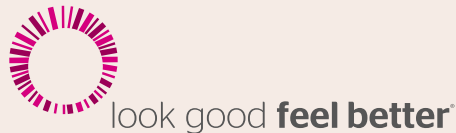
**Zusätzlich: Im Juli und August mit
 unserem 5 Euro Extra-Sommerrabatt
 ganze 10 Euro sparen!**
www.beauty-fairs.de/muenchen

DIE AUSSTELLUNGSHALLEN IM ÜBERBLICK



KOOPERATION MIT DKMS LIFE

DKMS  **LIFE**



Auch dieses Jahr freuen wir uns über die Kooperation mit der gemeinnützigen Organisation DKMS LIFE im Rahmen der 37. BEAUTY FORUM MÜNCHEN. Bundesweit organisiert DKMS LIFE in Zusammenarbeit mit über 320 medizinischen Einrichtungen **look good feel better** Kosmetikseminare für Krebspatientinnen in Therapie. Die Seminare bieten den Teilnehmerinnen Hilfe im Umgang mit den äußeren Veränderungen während der Therapie und einen Austausch in der Gruppe. Ein großartiges Programm, das zeigt, wie Schönheit und Wohlbefinden zur positiven Verfassung von Menschen beitragen können. Wir sind stolz, das **look good feel better** Patientenprogramm auch 2023 wieder unterstützen zu können.



FOTO: DKMS LIFE

MEDICAL BEAUTY SYMPOSIUM & 11. ANTI-AGING-KONGRESS – DERMOKOSMETIK TRIFFT ÄSTHETISCHE MEDIZIN

powered by **BEAUTY FORUM** & **REVIDERM**

Das Branchenereignis des Jahres – mit Workshops, Vorträgen und den Top-Speakern der Branche am Freitag, 27. Oktober 2023, in München.

FÜR SIE LIVE ON STAGE

- Dr. Sabine Gütt, Kosmetologin, Cosmetic Consultant, Expertin für Produktentwicklung, Behandlungskonzepte & Trainingsmanagement
- Thomas Pretschner, Inhaber TP . Business Consulting
- Melissa Stock, Geschäftsführerin Hello Beauty Marketing GmbH
- Dr. Frank Muggenthaler, Facharzt für Mund-, Kiefer- und Gesichtss- und Ästhetisch-Plastische Operationen. Ärztlicher Leiter seiner Klinik Muggenthaler

Ästhetik für Plastische Chirurgie und Ästhetische Medizin in Gutach im Breisgau, praktiziert auch in seiner Klinik in Basel (Schweiz).

- Astrid Tomczak, Diplom-Kauffrau und Master of Laws LL.M. (Pharmarecht), betreibt seit 2011 eine auf die ästhetische Medizin spezialisierte Unternehmensberatung, Doctor's Delight Consulting.
- Dr. Meike Streker, Kosmetikwissenschaftlerin mit Forschungsschwerpunkt auf der Hautgesundheit. Mitglied der Deutschen Dermatologischen Gesellschaft sowie der Deutschen Gesellschaft für Dermopharmazie und Peer-Reviewer für diverse Fachjournale. Beiratsmitglied und Markenbotschafterin BEAUTY FORUM.

- Dr. Karsten Sawatzki, Humanmediziner, Facharztausbildung für Hals-Nasen-Ohren-Heilkunde im Klinikum rechts der Isar der Technischen Universität München, Promotion über Traumatologie im Mittelgesichtsbe- reich bei Prof. Dr. Dr. Werner Mang.

Aktuelle Informationen und das Vortragsprogramm auf

www.beauty-fairs.de/muenchen sowie

www.best-medical-beauty.com.

Jetzt Ticket sichern:

www.best-medical-beauty.com

AUSZUG, STAND 7.7.2023

19. PODOLOGIE-KONGRESS DIE VORTRAGSTHEMEN UND REFERENTEN

(Stand 7.7.2023)

Der 19. Podologie-Kongress ist ein zertifizierter Fachkongress in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Verband für Podologie LV Bayern mit dem Schwerpunktthema Diabetisches Fußsyndrom.

Termin: 29. Oktober 2023 im Rahmen der 37. BEAUTY FORUM MÜNCHEN in der Messe München

Das Entitätenkonzept als Hilfe zur chirurgischen Indikationsfindung bei Diabetischem Fußulkus

Dr. Gerald Engels

Interdisziplinäre Zusammenarbeit am Beispiel des Fußnetzes Bayern

Dr. med. Veronika Hollenrieder

Digitalisierung im Gesundheitswesen – die Chance für die Podologie!

Sebastian Cordes

Nagelspange & Wundversorgung – Spannungsfeld podologischer Arbeit

Sindy Burow

Die operative Reduktion neuropathischer Schmerzen

Dr. Martin Raghunath

Hochtontherapie HiToP(R)PNP bei Polyneuropathie

Christian Albrecht

TICKET SICHERN!

Tickets und aktuelle Informationen zum Vortragsprogramm auf: www.beauty-fairs.de/muenchen



FOTO: OLEKSANDR KHMELEVSKY/SHUTTERSTOCK.COM





Goldener HERBST

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

Werden Sie so zum Herbsthaut-Profi!

Anbieter	Seite
Bahner Feinwerktechnik	98
Biodroga Cosmetic	99
Circadia Europe	100
Clubsante	101
CMD Naturkosmetik	102
CNC cosmetic	103
Gieseke cosmetic	104
Hellmut Ruck	105
Meddrop BioMedical Technologies	106
Meerwasser Kosmetik Franziska Teebken	107
Methode Brigitte Kettner	108
Nora Bode Kosmetik	109
Solfie Cosmetics	110
TAO Cosmetics Trading	111

B-on-foot Air Easy

Absauggerät mit bester Qualität zum kleinen Preis



UNSER TOP-PRODUKT

Die Neuheit aus der b-on-foot Familie mit vertrauter Qualität. Das b-on-foot Air Easy verbindet viel Power mit wenig Gewicht.

- Abmessungen: B x H x T = 375 x 120 x 150 mm
 - Flexibler Absaugschlauch mit einer Länge von 1600 mm
 - Absauggerät mit intuitiv bedienbaren Drehknöpfen
 - Gewicht Gesamtgerät: 2,05 kg Gewicht Handstück: 250 g
 - Stufenlos einstellbar und trotz hoher Absaugleistung, flüsterleise
- Besuchen Sie uns auf der BEAUTY FORUM MÜNCHEN 28.+29.10.2023 und lernen Sie dort unser neues b-on-foot Familienmitglied kennen.

b-on-foot

Bahner Feinwerktechnik GmbH

Bayerwaldstr. 35 a
Tel. +49 (0)89 630255-0
info@bahner-gmbh.de
www.b-on-foot.de



Volle Pulle Beauty

Effect Care Concentrates



UNSER TOP-PRODUKT

Die konzentrierten Beauty Booster heben das Home-SPA-Treatment auf ein völlig neues Niveau. Die besondere Stärke der Beauty-Shots liegt in ihrer Wirkstoffkonzentration: sie wirken schnell und intensiv und liefern so sichtbare Ergebnisse in kurzer Zeit. Dank der flüssigen Konsistenz und kleinen Molekulargrößen können die Inhaltsstoffe optimal von der Haut aufgenommen werden und untere Hautschichten erreichen – für eine nachhaltige, maßgeschneiderte Wirkung bei jedem Pflegebedürfnis.

BIODROGA

bioscience institute

Biodroga Cosmetic GmbH

Im Rosengarten 7
76532 Baden-Baden
Tel. +49 (0)7221 688100
info@biodroga.com

Lifting ohne Skalpell

Straffend – Entgiftend – Verjüngend – FIRMING PEPTIDE MASK



UNSER TOP-PRODUKT

Die Firming Peptide Mask erneuert und revitalisiert die Haut mit wirksamen Anti-Aging-Peptiden, kraftvollen Antioxidantien, Stammzellen und pflanzlichen Wirkstoffen. Durch die hochwirksame Rezeptur wird merklich das Zellwachstum sowie die Hautregeneration angeregt. Die sofort sichtbare und straffende Wirkung lässt die Haut ebenmäßig und strahlend schön aussehen. Unser Anti-Aging Treatment gibt der Haut ihr jugendliches Aussehen zurück. Nur bei unseren Circadia Partnern erhältlich.



CIRCADIA®

Circadia Europe GmbH

Borsig Str. 20
65205 Wiesbaden
Tel. +49 (0)6122 7079722
sales@circadia.eu
@circadia_europe



Clubsante Deutschland

Professionelle Kosmetikprodukte und Lymphdrainage-Geräte für Ihre Kabine

CLUBSANTE

ALGINAT MASKEN

WENN SIE SICH NOCH IM AUGUST BEI CLUBSANTE REGISTRIEREN, ERHALTEN SIE EINEN RABATT VON **10%** AUF IHRE ERSTE BESTELLUNG

LYMPHDRAINAGE GERÄTE ALLER ART

SELVERT THERMAL
GENÈVE · BARCELONA

UNSERE TOP-PRODUKTE

Clubsante vertreibt hochwertige Lymphdrainage-Geräte und Kosmetikprodukte der Premiummarke SELVERT THERMAL. Die spanische Kosmetiklinie ist auf Grundlage von Thermalwasser und anderen hochexquisiten Rohstoffen konzipiert. Die Produkte sind ausschließlich für Gewerbekunden erhältlich und können von Privatkunden nicht online erworben werden. Wenn Sie noch im August bei Clubsante bestellen, erhalten Sie einen Rabatt von 10 % auf Ihre erste Bestellung (Code "Goldener Herbst"). 100 Euro netto Mindestbestellwert.



CLUBSANTE

Clubsante GmbH

Freibadstr. 30
81543 München
Tel. +49 (0)89 74031148
info@clubsante.de
www.clubsante.de
@clubsantegmbh

Aloe Vera Studioline

Neu! Nur Exklusiv für Kosmetikstudios, Spas & Hotels



UNSER TOP-PRODUKT

Die Aloe Vera ist eine sehr vielseitige Pflanze, mit vielen wertvollen Eigenschaften. Sie wirkt u.a. entzündungshemmend, feuchtigkeitsspendend sowie antibakteriell & eignet sich daher für alle Hauttypen. Unsere Aloe Studioline baut auf diese Eigenschaften auf & kombiniert Bio Aloe Vera mit kraftvollen natürlichen Ölen & Hyaluronsäure. Die einzigartige Wirkstoffpflege ist nur bei ausgewählten Verkaufsstellen wie Kosmetikstudios & Hotels erhältlich. Kontaktieren Sie uns für weitere Informationen!

cmd
NATURKOSMETIK®

**CMD Naturkosmetik
Carl-Michael Diedrich e.K.**

Wachtelpforte 36
38644 Goslar
Tel. +49 (0)5321 35882-00
info@cmd-natur.de



Fruchtige Multitalente

fruit appeel PROFESSIONAL

cNc
S K I N C A R E

fruit appeel PROFESSIONAL

fruit appeel
PROFESSIONAL
Dermazeutische
Fruchtsäure

dermazeutische Fruchtsäure
bis 60 %

Fruchtsäureausbildung **GRATIS***

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

Products shown: SkinSolution AHA & BHA Peeling Liquid, 10% Moisturizing, 20% Protect & Calm, 40% Firming, 60% Lift & Brightening, Skin Renewal Complex.

UNSERE TOP-PRODUKTE

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



CNC cosmetic® GmbH

Bruchstücker 9
76661 Philippsburg
Tel. +49 (0)7256 9320-0
Fax +49 (0)7256 9320-20
www.cnc-cosmetic.de

Hydra Summum

Die Behandlung gegen trockene Haut und feine Linien



UNSER TOP-PRODUKT

Mit zunehmendem Alter, sinkt die Menge an Feuchtigkeit in unserer Haut und die ersten Anzeichen von Dehydrierung werden sichtbar. Es wird Zeit die neue Hydra Summum Feuchtigkeitsbehandlung von Guinot zu entdecken. In nur 4 Schritten und 45 min. wird die Haut mit hochkonzentrierter Hyaluronsäure angereichert. Die luxuriösen Texturen begeistern bei jedem Behandlungsschritt neu und hinterlassen ein versorgtes und erfrischendes Gefühl. Die perfekte Vorbereitung auf einen kalten Winter.

GUINOT
INSTITUT • PARIS

Gieseke cosmetic GmbH

Auf dem Kessellande 1
30900 Wedemark
Tel. +49 (0)5130 5860277
info@guinot-marycohr.de
www.guinot-marycohr.de

Duftwelten entdecken

Mit den neuen RUCK Naturseifen und Raumdüften



UNSERE TOP-PRODUKTE

Alle Produkte des neuen RUCK Sortiments – ob fein duftende Naturseifen, pflegender Handbalsam, verführerische Raumdüfte oder Accessoires – haben eines gemeinsam: Sie sind etwas fürs Herz und Auge – basierend auf ausgesuchten Rezepturen, liebevoll gestaltet, von der Natur inspiriert und umweltbewusst produziert.

Mehr Informationen im RUCK-Onlineshop!

Alle Pflegeprodukte sind NATRUE-zertifiziert und vegan, die Raumdüfte hergestellt aus natürlichen Parfümölen und die Verpackungen besonders nachhaltig.



HELLMUT RUCK GmbH

Daimlerstr. 23
75305 Neuenbürg
Tel. +49 (0)7082 94420
kontakt@hellmut-ruck.de

Seidenglatt ohne Piekss

Hightech trifft auf Luxus



DERMADROP
the key to better skin

BIOBTX

#1 Freeze Phase #2 Lift Phase

10% ARGIRELINE® PEPTIDE + HYALURON

NiSV-frei

UNSER TOP-PRODUKT

Das BIOBTX 2-Phasen-Behandlungsritual wurde als kosmetische Alternative zu Botox entwickelt. Ganz ohne Spritzen wirkt die Kombination aus der Hightech-Technologie des NiSV-freien DERMADROP TDA Systems, speziellen Behandlungsprogrammen und zwei neuen TDA Cartridges mit innovativen Power-Aktivstoffen. Mimikfalten können so sichtbar geglättet und erschlaffte Partien gestrafft werden. Gutes Verkaufsargument: Die Behandlung ist nicht invasiv, einfach handzuhaben, völlig schmerzfrei und ohne Ausfallzeiten.

Mehr Informationen unter: www.dermadrop.com

DERMADROP
the key to better skin

Meddrop BioMedical Technologies GmbH

Wilhelm-Stein-Weg 5
22339 Hamburg
Tel. +49 (0)40 688920480
info@meddrop.com

Herbst-Zeit

Für intensive Hautpflege



UNSER TOP-PRODUKT

Speziell MEERWASSER HALS-& DÉCOLLETÉCREME empfehlen wir im Herbst: mit einem „Halswickel“ gleicht sie die Knitterfältchen des Sonnengenusses aus und besonders bei Schal- und Rollkragen-Trägerinnen schützt sie die empfindliche Haut des Halses und Décolletés. Mit dem leichten Einstreichen wird zudem der Lymphfluss unterstützt und ein strafferes Kinn massiert. Weitere Informationen finden Sie unter: www.b2b.meerwasser.de



**MEERWASSER KOSMETIK
FRANZISKA TEEBKEN®**

**Meerwasser Kosmetik
Franziska Teebken GmbH**

Kirschstr. 20, 80999 München
Tel. +49 (0)89 8129034
info@meerwasser.de
www.meerwasser.de

Hydrating Face Mist

mit Aloe Vera, Hydro Gluco Komplex und Allantoin

Frische to go!





FRESH

*mit Aloe Vera und Allantoin
belebend und regenerierend*

vegan / made in Germany





UNSER TOP-PRODUKT

Belebend und regenerierend: Der natürliche Feuchtigkeitsfaktor Hydro Gluco Komplex liefert intensive, sofortige und langanhaltende Feuchtigkeit, während Aloe Vera seine antioxidative Wirkung entfaltet und die Haut vor Angriffen durch freie Radikale und damit vorzeitiger, umweltbedingter Hautalterung schützt. Allantoin unterstützt die gestresste und empfindliche Haut dabei, sich nachhaltig zu entspannen und zu beruhigen. Das Spray ist ideal für unterwegs oder als Tonic in der täglichen Pflegeroutine.

METHODE
BRIGITTE
KETTNER

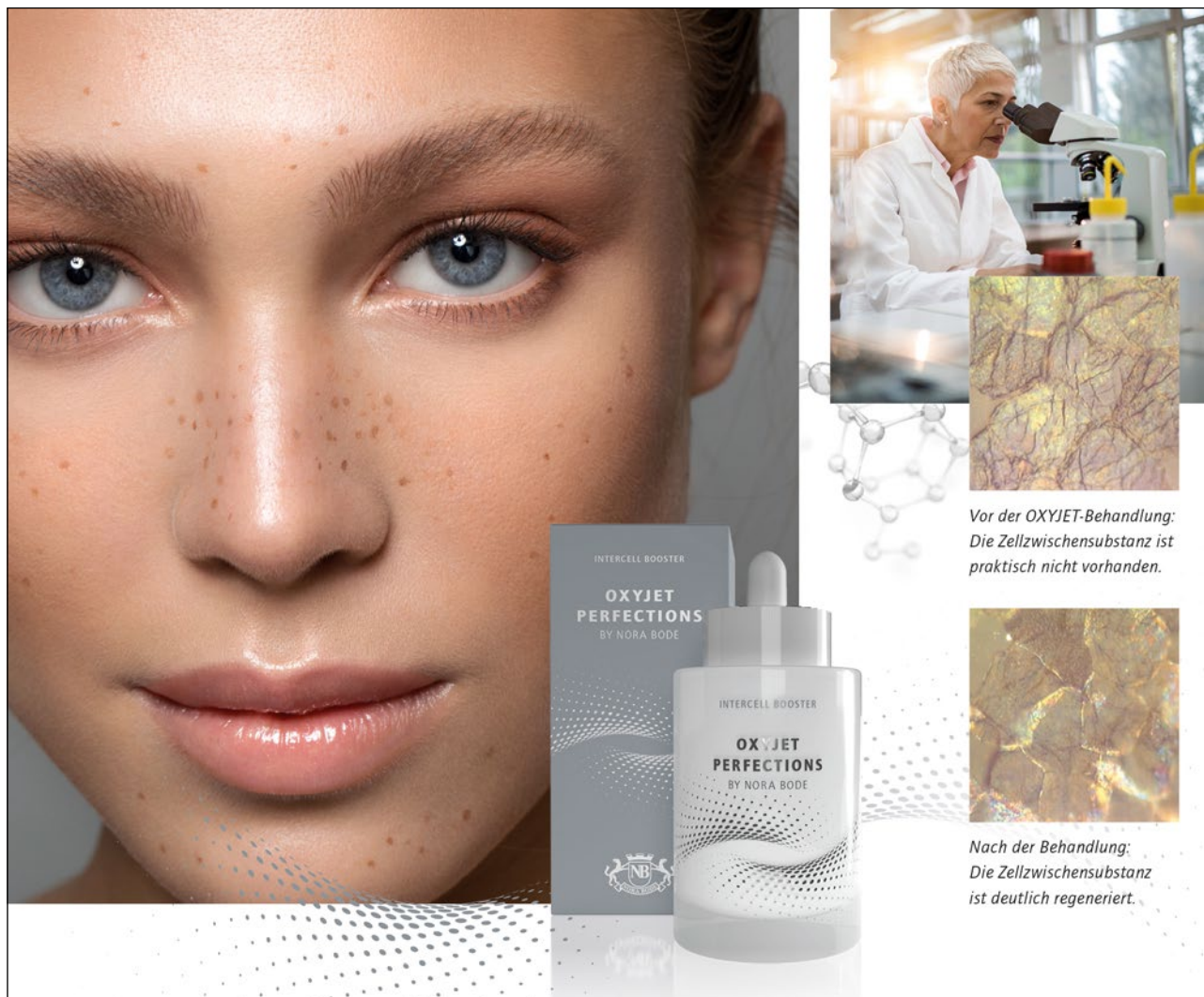
METHODE BRIGITTE KETTNER GmbH

Lerchenweg 3
40789 Monheim am Rhein
Tel. +49 (0)6732 60880-80
info@mbk-cosmetics.com
www.mbk-cosmetics.com



Neu: Oxyjet Perfections

Die Zellzwischenräume sind der Weg in die tiefen Lagen der Haut!



Vor der OXYJET-Behandlung:
Die Zellzwischensubstanz ist praktisch nicht vorhanden.

Nach der Behandlung:
Die Zellzwischensubstanz ist deutlich regeneriert.

UNSER TOP-PRODUKT

Die OXYJET- Behandlung nutzt die Zellzwischenräume als Medium für die Einschleusung von Wirkstoffen. Entsprechende Wirkstoffseren müssen sich dafür optimal mit den natürlichen Zellzwischen-substanzen verbinden. Das neue OXYJET PERFECTIONS INTERCELL BOOSTER Serum enthält die natürlichen Komponenten der extra-cellulären Matrix, baut diese ganz gezielt auf und sorgt ganz nebenbei für mehr Volumen und glattere Haut. Sechs weitere Sera stehen für die manuelle und apparative Anwendung zur Verfügung.



NORA BODE Kosmetik – Jutta & Lothar Bode GbR

Glockengasse 8
65329 Hohenstein
Tel. +49 (0)6120 6484
Fax +49 (0)6120 6329
info@norabode.com
www.norabode.com

HL Professional Peels

Wirksame Fruchtsäurepeelings für jeden Hautzustand



UNSERE TOP-PRODUKTE

6 hoch effiziente AHA- und BHA-Fruchtsäurepeelings mit Retinol von HL für professionelle Behandlungen. Sie unterscheiden sich in Konzentration, Molekülgröße und pH-Wert, können an individuelle Hautzustände sowie Bedürfnisse angepasst werden und erzielen mit der ergänzenden Heimpflege erstaunliche Resultate mit nachhaltiger Wirkung: reduzierte Ausprägung von Falten, Narben und Pigmentation, verbesserte Hauttextur und -ton, Linderung von Entzündungen / Akne und Intensivierung der Wirkstoffaufnahme.



**Solfie Cosmetics GmbH –
HL Deutschland**

Widum 9
49504 Lotte
Tel. +49 (0)5404 9129550
info@solfie-cosmetics.com
www.solfie-cosmetics.com

AHA-Fruchtsäuren

Der Allrounder für ein strahlend schönes Hautbild



AHA-Fruchtsäuren
FÜR EIN STRAHLENDES UND
VERFEINERTES HAUTBILD.

TAO[®]
COSMETICS

AHA-Fruchtsäuren
Alpha 15%

Alpha Hydroxy Acid
(AHA) 15%

more

Elastizität aufbauend, Porenverfeiner
Encourages Skin Elasticity, Pore-refine

UNSER TOP-PRODUKT

Das Must-Have für maximale Vitalität und Glow. Der ultimative Begleiter bei allen aus der Balance geratenen Hautbildern, unterstützt die hauteigenen Regenerationsprozesse zur Erhaltung einer gesunden Haut. Unsere hochwirksame AHA-Fruchtsäure Emulsion auf Basis von Glycolsäure als ideales Priming für unsere professionellen Alpha Gele.



TAO Cosmetics Trading GmbH

Bornbarch 16
22848 Norderstedt
www.tao-cosmetics.de

IMPRESSUM

39. Jahrgang 2023, ISSN 0944-0364

Offizielles Organ der:
BEAUTY FORUM MÜNCHEN und
BEAUTY FORUM LEIPZIG

www.beauty-forum.com

Verlag
Health and Beauty Germany GmbH
Ludwig-Erhard-Str. 2, 76275 Ettlingen
Postfach 10 04 11, 76258 Ettlingen
www.health-and-beauty.com
info@health-and-beauty.com
Registergericht Mannheim,
HRB 108901
USt-ID-Nr. DE 813440463
Managing Director: Roberto Valente

Tel. 0 72 43/72 78-0
Durchwahl: Sie wählen Tel. 0 72 43/72 78
und die angegebene Durchwahl

Director Publishing/Editor-in-Chief:
Maxi Goewe [V.i.S.d.P.], maxi.goewe@health-and-beauty.com, Tel. -176

Senior Associate Publishing Assistance:
Annette Fricker, annette.fricker@health-and-beauty.com, Tel. -190

Head of Publishing/Deputy Editor-in-Chief:
Martina Schmieder, martina.schmieder@health-and-beauty.com, Tel. -128

Editorial Team:
redaktion@health-and-beauty.com

Pflege:
Maxi Goewe, maxi.goewe@health-and-beauty.com, Tel. -176

Apparative Kosmetik, Medical Beauty:
Martina Schmieder, martina.schmieder@health-and-beauty.com, Tel. -128

Wellness, Naturkosmetik, Nachhaltigkeit, Style, Lifestyle & Selfcare:
Nadine Frank, nadine.frank@health-and-beauty.com, Tel. -115

Hand & Nagel, Fußpflege:
Sandra Jung, sandra.jung@health-and-beauty.com, Tel. -182

Business:
Juliane Hübner, juliane.huebner@health-and-beauty.com, Tel. -200

Lektorat: Dr. Andreas Berger

Senior Manager Graphics Department:
Rolf Jäger, rolf.jaeger@health-and-beauty.com, Tel. -194

Experten-Beirat:
Angelika Baur-Schermbach, Maren Bloß,
Waltraud Böhme, Dr. Helmut Drees,
Christina Drusio, Christine Eleven, Andre-
as Fuhlisch, Michael Gebhardt, Jacqueline
Kennedy, Dr. Hans Lautenschläger, Susan-
ne Pfau, Giedre Rasche, Rose Steffen,
Dr. Meike Streker, Gaffar Taha, Astrid
Tomczak, Christoph Wendt, Irina Yalcin

Customer Service:
kundenservice@health-and-beauty.com,
Tel. -162, Fax -252

Director Sales:
Florian Knobloch, florian.knobloch@health-and-beauty.com, Tel. -116

Manager Media Sales:
Jenny Würtenberger
jenny.wuertenberger@health-and-beauty.com,
Tel. -198, Fax: -227

Sales Support:
Marina Vasilj, marina.vasilj@health-and-beauty.com,
Tel. -377, Fax -227

Anzeigenpreisleiste vom 01.01.2023,
Anzeigenschluss jeweils 5 Wochen vor
Erscheinen

Bezugspreise
Erscheint 12-mal jährlich, Jahresbezug

Print-Abo:
90,00 € Inland;
110,00 € Ausland (7% MwSt.)

Digital-Abo:
70,00 € Inland;
70,00 € Ausland (7% MwSt.)

Premium-Abo (Print und Digital):
128,00 € Inland;
144,00 € Ausland (7% MwSt.)

Jew. inkl. Porto, Versand & MwSt.
Jahresbezug Vorteilspackage mit 50 %
Ermäßigung inkl. MwSt. und Porto für
Kosmetiker/-innen in Ausbildung
(Bescheinigung der Schule).
Kosmetikverbände Rabatt auf Anfrage.

Weitere Informationen:
www.beauty-forum.com/myacademy

Bankkonto: Deutsche Bank AG
BIC DEUTDE33
IBAN DE05660700040021601000

Verlagsrepräsentanten Ausland
Polen: Health and Beauty Media Sp.z.o.o.
Królówej Marysieńki 9/10 Street,
02-954 Warsaw Polen,
Tel. +48 22 85879-55, Fax +48 22 85879-53,
malgorzata.szulc@health-and-beauty.com.pl,
www.health-and-beauty.com.pl

Schweiz: Health and Beauty Marketing
Swiss GmbH, Zinggertorstraße 1a, 6006
Luzern, Schweiz, Tel. +41 41 41707-70,
Fax +41 41 41707-71, info@health-and-beauty.ch,
www.health-and-beauty.ch

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

Ungarn: Health and Beauty Business
Media Hungary Kft., Hattyú utca. 14. 8. em,
1015 Budapest, Ungarn, Tel. +36 1
45 70 067, Fax +36 1 20 13 248,
agnes.ballai@health-and-beauty.hu,
www.health-and-beauty.hu

Griechenland: Beauty Greece
Tsirimokou O.E., Ergaton Typou 2 &
Voulagmenis Av. 415 163 46 Ilioupoli,
Athen, Griechenland,
Tel. +30 210 9010016, Fax +30 210 9016663,
info@beautygreece.gr,
www.beautygreece.gr

Italien: ZeroVenti, Via Valprato, 68,
10155 Turin, Italien, Tel. +39 348224717,
loris.sparti@zeroventi.com

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

Nachdruck (auch auszugsweise) verboten.
Vervielfältigungen jeder Art bedürfen der
schriftlichen Genehmigung des Verlages.
Fremdbeiträge, die mit Namen des
Verfassers gezeichnet sind, geben nicht
unbedingt die Meinung der Redaktion
wieder. Für unverlangt eingesandte Manu-
skripte wird keine Haftung übernommen.
Die Redaktion behält es sich vor, Leser-
briefe oder andere Beiträge evtl. gekürzt
zu veröffentlichen oder zu zitieren und die
Bebilderung der Fachartikel selbst vor-
zunehmen.

Grafik/Repro:
Zeitfracht GmbH, Nürnberg

Druck:
L.N.Schaffrath GmbH & Co. KG
DruckMedien, Geldern

INSERENTENVERZEICHNIS

BAGA BILDUNGS-AKADEMIE FÜR GESUNDHEIT & AESTHETIK GMBH www.baga-bildungsakademie.de	15
BAHNER FEINWERKTECHNIK GMBH www.b-on-foot.de	98
BEATRIX STROBL COSMETIC GMBH www.beatrix-strobl-profi-shop.de	Beilage
BIODROGA COSMETIC GMBH www.biodroga.com	99
BTC BIOTECH COSMETIC AG www.belico.de	2
CIDESCO GERMANY www.cidescogermany.de	123
CIRCADIA EUROPE GMBH www.circadia.eu	100
CLUBSANTE GMBH www.clubsante.de	101
CMD NATURKOSMETIK CARL-MICHAEL DIEDRICH E.K. www.cmd-natur.de	102
CNC COSMETIC® GMBH www.cnc-cosmetic.de	103
DR. MED. CHRISTINE SCHRAMMEK KOSMETIK GMBH & CO. KG www.schrammek.de	11, 21
EDUARD GERLACH GMBH www.gehwol.de	33
GIESEKE COSMETIC GMBH www.guinot-marycohr.de	104
HEALTH AND BEAUTY GERMANY GMBH www.beauty-fairs.de/muenchen	3
HELLMUT RUCK GMBH www.hellmut-ruck.de	105
MEDDROP BIOMEDICAL TECHNOLOGIES GMBH www.dermadrop.com	106
MEERWASSER KOSMETIK FRANZISKA TEEBKEN GMBH www.meerwasser.de	107
METHODE BRIGITTE KETTNER GMBH www.mbk-cosmetics.com	108
NORA BODE® KOSMETIK JUTTA & LOTHAR BODE GBR www.norabode.com	109
OCEAN PHARMA GMBH www.spirularin.de	13
REVIDERM AG www.reviderm.com	Flying Cover, 124
SKINIDENT AG www.SkinIdent.com	Einhefter
SOLFIE COSMETICS GMBH www.solfie-cosmetics.com	110
TANA COSMETICS MANOA KURT FORTMANN GMBH & CO. KG www.tana-cosmetics.de	83
TAO COSMETICS TRADING GMBH www.tao-cosmetics.de	111

KUNDENSERVICE-HOTLINE

Tel.: 07243 7278-162

E-Mail: kundenservice@health-and-beauty.com



CIDESCO GERMANY

sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt

Beauty-Professionals m/w/d

Einsatz nach Vereinbarung, deutschlandweit

CIDESCO hat bisher mehr als 300 Schulen in 40 Ländern akkreditiert und mehr als 120.000 Absolventen. Die CIDESCO Diplome und Zertifikate sind weltweit anerkannt bei Unternehmen und Kosmetikprofis in den Bereichen 5-Sterne-Spas, Kreuzfahrtschiffe und medizinische Zentren.

Ihre Aufgaben:

- Als externer CIDESCO-Experte besuchen Sie nach Vereinbarung potenzielle neue CIDESCO-Mitglieder in Ihrer Region. Dazu gehören Schönheitssalons und -Institute sowie Wellness- und Spa-Hotels
- Sie prüfen die potentiellen Mitglieder in Bezug auf Ausrüstung, Hygiene und Service, um die hohen CIDESCO-Standards sicherzustellen
- Sie dokumentieren Ihre Besuche und senden uns Ihren Prüfbericht zu

Ihr Profil:

- Abgeschlossene fachspezifische Ausbildung im Bereich Kosmetik oder vergleichbare Qualifikation
- Berufserfahrung im genannten Bereich
- CIDESCO-Ausbildung von Vorteil
- Gute MS-Office-Kenntnisse (Word, Excel, Outlook)
- Hohes Maß an Eigeninitiative und Kommunikationsstärke sowie ein professionelles Auftreten
- Sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift

Wir bieten:

Das 1946 in Brüssel gegründete Comité International d'Esthétique et de Cosmétologie – CIDESCO – ist der Weltstandard für Schönheits- und Wellness-Anwendungen. CIDESCO steht für höchste Qualität von Aus- und Weiterbildungen im Kosmetiksegment. Werden Sie Teil der Community für international anerkannte Qualitätsstandards. Profitieren Sie von unserem breiten Netzwerk und schreiben Sie mit uns ein weiteres Kapitel der Erfolgsgeschichte CIDESCO.

Fühlen Sie sich angesprochen?

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme mit Zusendung Ihres Lebenslaufes an Frau Kyriaki Stringari, cidesco@health-and-beauty.com

CIDESCO Germany

Ludwig-Erhard-Str. 2 · DE-76275 Ettlingen
Tel.: +49 (0)7243 72780 · cidesco@health-and-beauty.com
www.cidescogermany.de
Folgen Sie uns: CIDESCO Germany  

CIDESCO
G E R M A N Y





BioTech Cosmetic

Ihr Upgrade zum Traumerfolg

– weil med. BioTech Cosmetic wirkungsvoller ist –

siehe Google

Hier Handy-Scan für
Sofortinfos!

Belico
DERMA CONCEPT

BTC BioTech Cosmetic AG
Stargarder Str. 11 | 33098 Paderborn | Freefon 0800 5005-315
BTB BioTech Beauty AG Swiss
Haldenstrasse 4 | 6006 Luzern | Freefon 0800 5005-15
BTB BioTech Beauty AG Austria
Sieveringer Str. 36/6 | 1190 Wien | Fon 01 890-3997

Erfahren Sie mehr unter
www.belico.de oder hier:



INSERIEREN – IN 3 SCHRITTEN

BÖRSE BY BEAUTY FORUM – Einmal angemeldet, können Sie jederzeit auf www.beauty-boerse.de mit dem Kaufen und Verkaufen Ihrer Produkte rund ums Institut starten. Egal, ob Sie eine Aushilfe suchen, oder Ihre Studioeinrichtung verkaufen wollen – die BÖRSE BY BEAUTY FORUM ist der Kleinanzeigenmarkt der Kosmetik- und Nailbranche!



Über 400 Farben Shellac in bester Qualität zu verkaufen. Ratenzahlung möglich. Preis: VB



Pigmentiergerät LCN „Kryo-Liner2“ zu verkaufen, Neupreis 5.296,93 EUR brutto (4.451,20 EUR netto) inkl. 11 Pakete diverse Hygiene Module im Wert von 550 EUR, VB 3.250 EUR



Wegen Geschäftsaufgabe Empfangstheke mit Beleuchtung zu verkaufen. Gesamtlänge 280 cm, Höhe 115 cm, Schreibtisch BT 1,65 x 0,60, Preis 200 EUR



Nachfolger für Kosmetikstudio in Bad Honnef gesucht. Wegen Umzug Studio abzugeben. Details nach persönlicher Absprache.

So funktioniert die BÖRSE BY BEAUTY FORUM:

- 1 Kostenfreie Registrierung**

Wenn Sie auf der BÖRSE BY BEAUTY FORUM verkaufen oder kaufen möchten, müssen Sie sich zunächst online registrieren unter www.beauty-boerse.de. Ihre Anmeldung ist völlig kostenfrei.
- 2 Übersichtliche Rubriken**

Ihre Produkte können Sie in der passenden Kategorie inserieren. So sind Ihre Angebote schnell und einfach auffindbar für Interessenten.


- 3 Gestalten Sie Ihre Anzeige**

Je mehr Angaben und Fotos Sie zu Ihren Anzeigen machen, umso größer ist die Chance auf einen schnellen Verkauf.





www.beauty-boerse.de – Der Kleinanzeigenmarkt der Branche!



APPARATE



Vacustylar Avantgarde Körper zu verkaufen. Gute Figur, gute Gesundheit. Gefäßtraining, Lymphaktivierung im Liegen mit Vacuum- und Druckwellen gegen Cellulite und schwere Beine. Zusätzlich Rot- und Infrarotlicht Preis: VB 20.000 EUR. Standort: Freigericht. info@al-kosmetik.de



Face Filling Intra Derm Jet zu verkaufen. Mit Hochdruck Mikrowirkstoffe in die Haut penetrieren. Einsatz für Anti-Aging, unreine Haut, Detoxing, bei Pigmentflecken uvm. NiSV frei, Gerät ist gebraucht und in einwandfreiem Zustand. Preis: VB 1.300 EUR. Standort: Freigericht. info@al-kosmetik.de



CNC hydra face one® basiert auf der Vortex-Technologie. In vier Behandlungsschritten wird die Haut gereinigt, gepeelt, tiefengereinigt und versorgt. Preis: 2.198 EUR. Standort: Bayreuth. andreagloeckler@t-online.de

Nadelepilation Sinus Blend/ Sinus Thermolyse mit integrierter Flash-/Superflash-Technik, Anaphorese/Kataphoreseroller, Balett Nadeln F3 & F4, Fußpedal, Hand/Gegenelektrode zu verkaufen. Preis: VB 4.500 EUR. Standort: Thedinghausen. 3Werk@online.de

Ich verkaufe meinen IONTO COMED HERB TOWER wegen Geschäftsauflösung. Lupenleuchte auf dem Tower mit Infrarot (Lämpchen müsste ersetzt werden), Bedampfer, kleiner Riss im Plastik. Preis: VB 999 EUR. Standort: Fürstentfeldbruck. lsbeautydesign@aol.com



Ionto-Skin Abrasion Sono Gerät zu verkaufen. Neuwertig, ohne Gebrauchsspuren, inkl. 2x Kristalls. Makro, 1x Mikro im Wert von über 60 EUR dabei. NP 6.283 EUR. Preis: VB 4.500 EUR. Nur Abholung. Standort: Jüchen. ma-eer@t-online.de



Vega Radiofrequenz von Reviderm zu verkaufen. 1,5h Jahre alt. Tolles Gerät, funktioniert einwandfrei. Gebe ich her, da ich mich verkleinere und etwas anderes machen möchte. Preis: VB 17.000 EUR. Standort: St. Michael im Lungau (AT). info@aichsburg.at



PRODUKTE



SOLENI Exclusive Manufaktur Group

Auf alle Wünsche eingerichtet.

Wir setzen höchste Qualitätsmaßstäbe zu angemessenen Preisen in der Ausstattung von Kosmetik-, Nagel- und Fußpflegestudios, Massage- und Physiotherapiepraxen, Friseur- und Tattoosalons. soleni-group.de



SOLENI Beauty & Medical Group GmbH | Lauschtzer Weg 21 | 03172 Schenkendöbern

www.beauty-boerse.de

BUSINESS

BY BEAUTY FORUM

www.beauty-forum.com/business

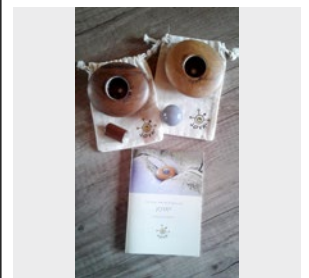
Profitieren Sie von der Kraft des Meerwassers – ohne Risiko, ohne Depotzwang! Rufen Sie an: 089/8129034! www.meerwasser.de



MEERWASSER KOSMETIK
FRANZISKA TEEBKEN

HIER KÖNNTE
IHR INSERAT
STEHEN!

FRAGEN?
+49 (0)7243
7278-232



2x Joja Massageroller, inkl. Steinkugel blau, Wechselsauger u. 2x Wärmesäckchen für die Mikrowelle zu verkaufen. Preis: 50 EUR. Standort: Jüchen. ma-eer@t-online.de



INSTITUTE / STUDIOS



Etablierter Kosmetiksalon (seit 1995) in München-Schwabing zur Übernahme: Verkaufsraum, 2 Behandlungsräume, 2 Fenster Erdgeschoss, eingegliedert in Friseursalon, möbliert, Geräte. Preis: 20.000 EUR. Standort: 80803 München. viktorija_o_1983@yahoo.de



Gut etabliertes Kosmetikstudio in München ab sofort zu verkaufen. Ladenfläche 65 qm, 2 Behandlungsräume, Nagelstudio und Verkaufsbereich. Einarbeitung möglich. Tel. +49 157 50615547 Standort: München-Schwabing. kosmetikstudiocorina@gmx.de

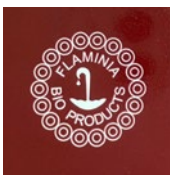


Sehr gut eingeführte Beautyfarm (200 qm) mit direkter Anbindung an ein erfolgreiches 4-Sterne-Superior-Hotel im nördlichen Saarland zu vermieten. Tel. +49 6876 919 503. Preis: VB. Standort: Saarland. direktion@parkhotel-weiskirchen.de

BÖRSE
BY BEAUTY FORUM
10/2023

ANZEIGENSCHLUSS:
25. AUGUST 2023

ERSCHEINUNGSTERMIN:
29. SEPTEMBER 2023



Nachfolge gesucht!
Wer will unsere kleine Naturkosmetik-GmbH übernehmen, die wir aus Altersgründen nicht mehr weiterführen können?
18 Naturkosmetik-Rezepturen, Kundenstamm, Verlustvortrag vorhanden.
Tel. 089 8502477, marieluise.spengler@arcor.de



www.balancebeautytime.com



STELLENANGEBOTE

Chemiker/In (Teilzeit möglich)

Aufgabenbereich:
Entwicklung von projektbezogenen Kosmetik, Haar-, Mund-, Nagel-, und Rasierpflege-Rezepturen

Anforderungen:
Langjährige Erfahrung belastbar, Teamfähigkeit und Flexibilität, sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift

Dann senden Sie Ihre vollständige Bewerbung zusammen mit einem Foto und Lohnvorstellungen an info@trybol.ch

Trybol AG, Neuhausen/Schweiz

Die CNC cosmetic wächst weiter. Werde Teil eines deutschen innovativen Familienunternehmens

cNc
SKINCARE

Fachkraft Schulungen und Kundenbetreuung (m/w/d) Großraum Berlin / Leipzig sowie München

Deine Aufgaben

- Betreuung von Kosmetikschulen und Kosmetikstudios
- Eigenständige Tourenplanung, Terminvereinbarung und die Besuchsvor- und Besuchsnachbearbeitung

Das bringst Du mit

- Selbständiges Arbeiten
- Erfahrung im Bereich Schulung + Kundenbetreuung wären von Vorteil
- Idealerweise hast Du eine abgeschlossene kosmetische Ausbildung und Behandlungserfahrung
- Du wohnst im Vertriebsgebiet und das Reisen gehört für Dich dazu
- Du bist belastbar, zuverlässig, ein Organisationstalent

Bitte senden Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung gerne auch per Mail an:

CNC cosmetic GmbH, Philippsburg

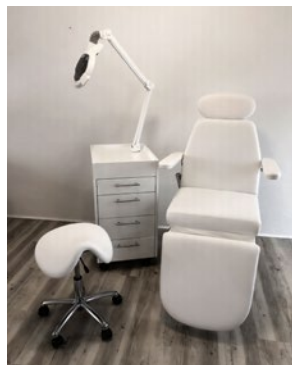
E-Mail: bewerbungen@cnc-cosmetic.de



STUDIOEINRICHTUNG



Verkaufe meine lonto comed Wellnessliege, gebraucht, aber sehr hochwertig und immer gepflegt. Preis: VB 750 EUR. Standort: 72636 Frickenhausen. oysambu@web.de



Zu verkaufen: Neuwertige Kabine von Cosmoderm, vollelektronische Behandlungsliege mit zuschaltbarer 2-stufiger Sitzheizung, einem Trolley mit Lupenleuchte und einen Arbeitsstuhl. Preis: VB 2.300 EUR. Standort: Biedesheim. tanja.schoenfeld75@web.de

www.beauty-forum.com/bf-newsletter

BEAUTY
FORUM



Vollautomatische Behandlungsliege von IONTO-Komfort Typ 4, die Einstellung erfolgt mit programmierbarer Fernbedienung, niedriger Sitzeinstieg, abklappbare Armlehnen und 4 verstellbare Rollen. Preis: VB 1.500 EUR. Standort: Teltow. bellacos@gmx.de



Maniküretisch weiß, neuwertig, ohne Gebrauchsspuren, zu verkaufen. Nur Abholung. Preis: VB 100 EUR. Standort: Jüchen. ma-eer@t-online.de

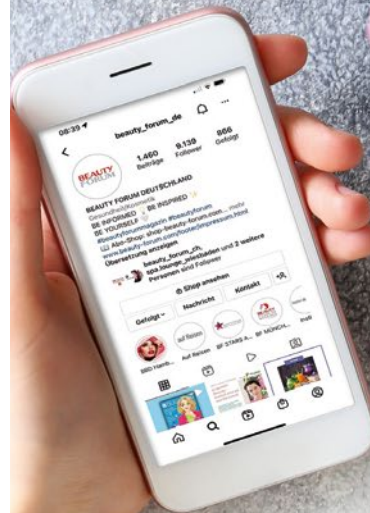
Kosmetikliege von Gharieni, elektrisch, wegen Geschäftsauflösung zu verkaufen. Preis: VB 999 EUR. Standort: Fürstentfeldbruck. lsbeautydesign@aol.com

HIER KÖNNTE IHR
INSERAT STEHEN!

FRAGEN?

+49 (0)7243 7278-232

Die neuesten Branchen-News
und Insights aus der Beauty-
Welt findest du auf unseren
Social-Media-Kanälen



BEAUTY FORUM



Beauty Forum



beauty_forum_de

Hier finden Sie Kosmetikschulen aus ganz Deutschland. Auf unserer Website unter www.beauty-forum.com > Weiterbildung
> Kosmetikschulen können Sie sich noch umfassender informieren.

PLZ 1 ...

Vital Kosmetikakademie GmbH

Wenn Aus- oder Weiterbildung,
dann Vital. Ihre schöne Zukunft
als Kosmetikmeister, Beautymanager,
Eyestylst, Make-Up Artist u.v.m..
Förderfähig, berufsbegleitend,
angesehen.
www.vital-kosmetikakademie.de
Tel. 030 21478730

PLZ 2 ...

**HBK Hamburger Bfs für
Kosmetik GmbH**

staatl. anerk., azav zertifiziert.
Berufsausbildung und Weiterbildungen
Kosmetik, Fußpflege, Visa.
Barmbeker Str. 6a, 22303 Hamburg
www.die-hbk.de

**KOSMETIK
MEISTERSCHULE****Fachlehranstalt Oldenburg -
für Friseure und Kosmetiker e.V.**

Vom Einsteigerseminar bis hin zur
Vorbereitung auf die Meisterprüfung
– in Vollzeit oder Teilzeit
Willersstr. 9, 26123 Oldenburg
Tel. 0441-983510
Kontakte@fachlehranstalt.de
www.fachlehranstalt.de

**Sugaring Cane GmbH**

Seminar zur Sugaring Expertin
Für Neustarter und Profis
Schulungen in ganz Deutschland
Tel. 0421 69205432
www.sugaringcane.de
info@sugaringcane.de

**MEDICAL
BY BEAUTY FORUM**

www.beauty-forum.com/medical

PLZ 4 ...

Dr. med. Christine Schrammek

Fachschule für dermatologische
Kosmetik
Ltg. Dr. med. Christine Schrammek-
Drusio, Christina Drusio, Tages- und
Abendschule, Weiterbildung
Benrather Str. 18-20
40213 Düsseldorf
Tel. 0211 54 26 28 44
infoservice@schrammek.de
www.schrammek.de

KLAPP Cosmetics College

Seminare für Einsteiger,
Spezialbehandlungen und Wellness
Büropark Bredeney
Hatzper Str. 30-36, 45149 Essen
Tel. 05602 9359350
schulung@klapp-cosmetics.com

PLZ 5 ...

Kosmetik Akademie Engel GmbH

Aus-/Weiterbildungen für Beginner &
Profis, Staatlich zertifizierte Aus-
bildung Kosmetiker/in, Weiterbildungs-
angebote für Kosmetiker/innen
www.kosmetik-akademie.eu
Tel. 0178 8748431

HIER KÖNNTE
IHR EINTRAG
STEHEN!

FRAGEN?

+49 (0)7243 7278-232

PLZ 7 ...

**Stuttgarter Kosmetikschule,
staatlich anerkannt**

Sängerstr. 5
70182 Stuttgart
Tel. 0711 290601
info@stuttgarterkosmetikschule.de
www.stuttgarterkosmetikschule.de
Schulbeginn: Oktober & April

PLZ 8 ...

KLAPP Cosmetics College

Seminare für Einsteiger,
Spezialbehandlungen und Wellness
Sonnenstr. 5
85609 Aschheim
Tel. 05602 9359350
schulung@klapp-cosmetics.com

LONG-TIME-LINER®
*Long-lasting Beauty***LONG-TIME-LINER Couture®
Make-up GmbH**

Seit über 30 Jahren führend im
Premium Permanent Make Up,
weltweit in über 40 Ländern
vertreten. Qualität und Sicherheit
Made in Germany: eigens entwickel-
te und produzierte Geräte, hochwer-
tige und geprüfte Pigmentierfarben.
Sanfte, präzise PMU Methode für
kosmetische und kaschierende
Micropigmentier-Techniken. TÜV
zertifizierte Schulungen für Einsteiger
& Umsteiger: Grundausbildung,
Weiterbildung kosmetischer und
kaschierender Techniken. Alle
Schulungstermine und mehr Infos
unter www.long-time-liner.com
LONG-TIME-LINER®
Tal 14-18
80331 München
Tel. +49 (0)89 / 24 20 90 -0
Email: info@long-time-liner.com

www.beauty-boerse.de

PLZ 9 ...

**Aus- und Weiterbildungen
für Neustarter und Profis.
Unternehmerische Weiter-
bildung auf Mallorca.**

Zentrale:
Riso Cooperation GmbH
Mainstr. 5
95444 Bayreuth
Tel. 0921 1511696-0
info@riso.de
www.riso.de

Bleiben Sie
up-to-date!

Etikett scannen
und nichts mehr
verpassen.



BE INFORMED,
BE INSPIRED,
BE YOURSELF!

BEAUTY FORUM

HOROSKOP

Löwe (23.7. – 23.8.)

LEUCHTENDER STERNENZAUBER:

Sonne und Venus läuten den Sternenzauber ein, wecken Ihre kreative Ader und bringen Ihre Stärken so richtig zum Leuchten. Und weil Sie dabei das Gefühl haben, sich auf der Sonnenseite des Lebens zu befinden, verschreiben Sie sich in den kommenden Wochen ganz und gar dem Lebensgenuss. Übertreiben Sie es aber nicht mit dem süßen Nichtstun, sonst könnten einige gute Chancen ungenutzt an Ihnen vorbeiziehen. Denn schließlich profitieren vor allem Ihr Selbstbewusstsein und Ihre Gestaltungsfreude bis zum 23.08. ganz enorm von der kosmischen Unterstützung Ihres Herrscher-Gestirns der Sonne. Zudem erleben Ihr Schönheitssinn und Ihr Organisationstalent eine völlig neue Dimension! Luxuriöse Verwöhn-Treatments (zum Beispiel Edelsteinmassagen) passen ideal ins Astro-Klima.



DAS LIEBES-SPECIAL FÜR DIE GEBURTSTAGSKINDER:

Während Sie mit der Sommersonne um die Wette strahlen, sucht Ihr Umfeld Ihre Gesellschaft und macht Ihnen Komplimente! Kein Wunder, dass es Ihnen bei so viel positivem Feedback spielend gelingt, die Freuden des Lebens und der Liebe in vollen Zügen auszukosten. Als Single könnten Sie sogar einer Person über den Weg laufen, die Sie ganz und gar verzaubert. Wie lange der Zauber dann anhält, ist allerdings eine andere Frage. Denn im August interessiert Sie vor allem das Hier und Jetzt! Auf alle Fälle war Kennenlernen selten so einfach – es genügt, Ihr Herz sprechen zu lassen und der Welt Ihr Lächeln zu schenken! Aber vielleicht meldet sich ja auch ein Ex-Partner zurück? Und falls Sie schon den Richtigen gefunden haben: im Moment harmonisieren Sie ausgezeichnet als Paar und sollten deshalb auch gemeinsame Zeit einplanen.

Jungfrau (24.8. – 23.9.):

Derzeit stehen Ihnen dank Ihrer zahlreichen kosmischen Förderer so viele Chancen offen, dass Sie aufpassen müssen, die Orientierung nicht zu verlieren (Minus-Saturn und Minus-Neptun). Daher lautet der Rat der Sterne: Verzetteln Sie sich nicht, sondern nutzen Sie die kosmischen Aufbruchenergien und folgen Sie Ihrer Begeisterung! Cosmetics sind Ihr Pflege-Hit!

Waage (24.9. – 23.10.):

Im August bestimmt Ihr Herrscherplanet, wo es langgeht! Denn solange Venus durch das Sternzeichen Löwe wandert, versüßt sie Ihren Alltag, fordert Sie auf, Ihre Talente und Begabungen auszuleben, auszugehen und sich um Ihr Aussehen und Ihre Beziehungen zu kümmern. Dabei öffnet Ihnen vor allem Ihr Charme private und berufliche Türen! Rosenkosmetik ist Ihr Beauty-Highlight.

Skorpion (24.10. – 22.11.):

Kann es sein, dass Sie gerade berufliche Selbstzweifel plagen? Vielleicht müssen Sie ja nur Ihre viel zu hohe An-

spruchshaltung an sich selbst zurückschrauben und sich vor Augen halten, was Sie alles erreicht haben, um dann wieder durchstarten zu können? Denn mit den Planeten Merkur und Mars an Ihrer Seite lassen sich auch im August Erfolge einfahren! Beauty-Food ist Ihr Jungbrunnen!

♈ Schütze (23.11. – 21.12.):

Beauty-Sternchen Venus erhöht Ihr ästhetisches Empfinden und weckt Ihre kreative Seite! Gleichzeitig signalisiert allerdings Minus-Merkur, dass es Ihnen derzeit an Vernunft und Bodenhaftung mangelt. Und auch Mars zeigt sich herausfordernd und konfrontiert Sie mit einigen Widerständen, von denen Sie sich aber nicht ausbremsen lassen! Gelee Royal ist Ihr Beauty-Schatz!

♉ Steinbock (22.12. – 20.1.):

Wenn Glück, Geschick und Engagement aufeinandertreffen, lassen sich die besten Erfolge einfahren! Kein Wunder, dass Sie vertrauensvoll in die Zukunft blicken, zumal Ihnen Planet Merkur noch zusätzlich ein untrügliches Gespür für lukrative Geschäfte verleiht. Im Monat

August können Sie Erreichtes ausbauen und Neues wagen. Silizium ist Ihr Beauty-Booster für ein straffes und ebenmäßiges Hautbild!

♊ Wassermann (21.1. – 19.2.):

Der August zeigt sich ziemlich spannungsgeladen und herausfordernd. Entsprechend bringt die derzeitige Sternkonstellation Ihre Gefühle ganz schön in Aufruhr! Besonders machen Ihnen dabei die vielen Erwartungen, die an Sie gestellt werden, zu schaffen. Aber gerade in unseren Aufgaben zeigen sich ja häufig unsere Gaben! Bachblütenkosmetik ist Ihr Beauty-Star!

♊ Fische (20.2. – 20.3.):

Im Moment ist eine gesunde Abgrenzung enorm wichtig! Anstatt auf Ihre eigenen Stärken zu achten, neigen Sie nämlich dazu sich zu vergleichen. Die Folge: Selbstkritik und unnötige Grübeleien. Deshalb: bleiben Sie in Ihrer eigenen Mitte und in Dankbarkeit für Ihre Fähigkeiten, dann kommen Sie auch wieder auf Ihre Erfolgsspur! Edelsteinkosmetik ist in diesem Monat Ihr Pflege-Highlight!

NR. 09 ERSCHEINT AM 31. AUGUST 2023

VORSCHAU



Widder (21.3. – 20.4.):

Venus und Sonne machen Sie nicht nur äußerst schönheitsbewusst, sondern küssen auch Ihre kreative Seite und Ihr Talent, sich von Ihrer Schokoladenseite zu präsentieren, wach. Außerdem lohnt es sich in den kommenden Wochen ganz besonders, in Projekte und Menschen zu investieren, die Ihnen am Herzen liegen. Rouge, Lippenstift & Co. sind jetzt Ihre wichtigsten Beauty-Tools.



Stier (21.4. – 20.5.):

Obwohl Sie beruflich gerade 1.000 Prozent geben und mit großem Engagement Ihre Projekte vorwärtsbringen, bekommen Sie leider noch nicht die Anerkennung, die Sie sich so sehr wünschen. Das liegt daran, dass Sie in Ihrem Bestreben, es allen recht zu machen, Ihre Authentizität einbüßen. Bleiben Sie sich selbst treu und genießen Sie, was Sie tun! Ihr Beauty-Schatz ist Kollagen!



Zwilling (21.5. – 21.6.):

Auch wenn Sie normalerweise zu den Schnelldenkern gehören, die immer gleich erfassen, worauf es ankommt, sollten Sie sich im August lieber Zeit für Ihre Entscheidungen nehmen! Andernfalls könnten Sie wichtige Details übersehen. Überhaupt zählt sich Ungeduld im Moment nicht aus! Setzen Sie lieber auf Ihre Kreativität. Ihre Zaubercrème sollte Vitamin C enthalten.



Krebs (22.6. – 22.7.):

Derzeit laufen Sie auf Hochtouren! Eine gute Voraussetzung, um Karrierepunkte zu sammeln! Mars und Merkur unterstützen Sie jetzt mit neuen Kontakten, sinnvollen Ideen, jeder Menge Tatkraft, Motivation und Begeisterung. Und wenn dann noch Jupiter und Uranus für glückliche Fügungen sorgen, stimmt einfach die Erfolgsbilanz. Ihr Verwöhnhit im August heißt Aromapflege.



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.



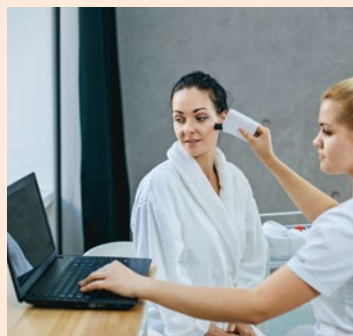
DOSSIER:

DER RUNDUMHAUTSCHUTZ

Blue Light, UV-Strahlung oder Feinstaub – diesen und vielen weiteren schädlichen Umwelteinflüssen ist die Haut täglich ausgesetzt. Mit welchen Wirkstoffen die Haut optimal vor diesen exogenen Faktoren geschützt werden kann und welche dazu begleitenden pflegenden und zugleich schützenden Treatments Sie Ihren Kundinnen im Kosmetikinstitut anbieten können, erfahren Sie im Dossier der nächsten BEAUTY FORUM.

DIGITAL MODERN

So bringen Sie Ihr Institut auf den neuesten Stand



TREND-FARBEN

Make-up- und Styling-Trends in der kommenden Herbst-/Wintersaison



ABO-HOTLINE:

Tel. 07243 7278-162 (Montag bis Freitag von 10-14 Uhr)

kundenservice@health-and-beauty.com, <https://shop.beauty-forum.com>

Mitmachen
THEMA: ZELLBIOLOGIE

GEWINNSPIEL



Zwei Sets aus der Pflegelinie „First Perfection“ von La Mer

Das Set besteht aus fünf Pflegeprodukten. Mehr Infos zum Set unter www.la-mer.com

Einsendeschluss: 21. August 2023

Die Antworten zu den unten stehenden Fragen finden Sie im Beitrag „Erkenntnisse aus der Zellbiologie“ auf den Seiten 12 ff. in dieser Ausgabe.

1. Wie viele unterschiedliche Zelltypen hat der menschliche Körper?
A über 200 C über 400
B über 300 D über 500
2. Wie heißt der Fachbegriff für das „Recycling“ alter Zellen, also konkret für die Zellerneuerung?
A Busphagie C Radphagie
B Autophagie D Rollerphagie
3. Was ist bei der körperlichen Alterung im menschlichen Körper entscheidend?
A BNA C DNA
B CNA D ENA
4. Welche Technologie verwendet die Dermatologie, um eine Hautverjüngung zu erzielen?
A Enzymtechnologie C DNA-Technologie
B Gewebetechnologie D Stammzellentechnologie

DIE GEWINNERINNEN DER LETZTEN AUSGABE:
S. KEILBART-MATTUSCH, L. RINGEN, K. PETZOLD,
C. RITTER

Die Lösungen lauten: 1A, 2D, 3B, 4C



SO GELANGEN IHRE ANTWORTEN ZU UNS

POST: Health and Beauty Germany GmbH, Stichwort „Gewinnspiel“, Ludwig-Erhard-Straße 2, 76275 Ettlingen

FAX: 07243 7278-227

WEBSITE: www.beauty-forum.com

GEWINNSPIEL: „Zellbiologie“, BFDE 08/2023. Kreuzen Sie die jeweils richtige Lösung an.

1. A ☐ B ☐ C ☐ D ☐
2. A ☐ B ☐ C ☐ D ☐

3. A ☐ B ☐ C ☐ D ☐
4. A ☐ B ☐ C ☐ D ☐

Name/Vorname

Institutsname

Branche

Straße/Hausnummer

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

☐ Ja, ich möchte top informiert bleiben. Ich bin deshalb damit einverstanden, dass mich die Health and Beauty Germany GmbH durch folgende Medien über News aus der Branche und interessante Angebote informiert:

☐ E-Mail ☐ Brief ☐ Telefon/Telefax ☐ Mobil

Falls ich keine Infos mehr wünsche, teile ich dies Health and Beauty mit.

Bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Mitarbeiter der Health and Beauty Germany GmbH sowie deren Angehörige sind von der Teilnahme ausgeschlossen.

INTERNATIONAL ANERKANNTE CIDESCO-AUSBILDUNG

Foto: ALPA PROD/Shutterstock.com

Werden Sie Teil der CIDESCO-Community für international anerkannte Qualitätsstandards mit höchstem Ausbildungs- und Qualifikationsniveau.

Entdecken Sie die neue deutsche CIDESCO-Sektion und Ihre Mitgliedervorteile:



**CIDESCO – internationaler Standard für
Schönheits- und Spa-Anwendungen**

CIDESCO Germany · Ludwig-Erhard-Str. 2 · DE-76275 Ettlingen
Tel.: +49 (0)7243 72780 · Fax: +49 (0)7243 7278252
cidesco@health-and-beauty.com · www.cidescogermany.de

CIDESCO
G E R M A N Y



Turbo- Effekt gefällig?

MesoJet™ – die
effektive
Hydroporation.



Ergonomisches
Handstück



Passende
Wirkstofflösungen



Für Gesicht und
Körper

Sie wollen mehr
Umsatz generieren?
Jetzt anrufen:
+49 8104 8873-0

Mehr
Informationen:

DERMOKOSMETIK

VERTRÄGLICH &
WIRKSAM

MADE IN GERMANY



like us!
www.facebook.de/reviderm



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

