

INNEAUF



86



50



160



132

Fotos: Fotolia (5x)/Thomas Söllner, detailblick-foto, Fabian, ninelusk, WunderBild

Profi-Zoom

- 14 **Auf Kundenfang gehen** Wie Sie Ihre Zielgruppe definieren und ansprechen
- 18 **Hallo, Freiheit!** Zielgruppen in einer individualisierten Gesellschaft abgrenzen
- 20 **Gib mir fünf!** Mit Online-Tools systematisch Feedback von Kunden erheben
- 22 **Zielgerichtet arbeiten** Zwei Kosmetikerinnen berichten von ihren Erfahrungen
- 24 **Weiß die, was ich will?** So finden Sie geeignete Mitarbeiter für Ihre Kunden
- 28 **Wie im Paradies** Breit aufgestellt: das Konzept der Adam & Eve Beautylounge
- 30 **Vital im Büro** Als Kosmetikerin Massagen am Arbeitsplatz anbieten
- 32 **Treffer landen** Wie Sie auf veränderte Kundenbedürfnisse eingehen

In der Kabine

- 43 **Feines Pulver** Ayurvedische Gewürzmassagen durchführen
- 46 **Jagd auf freie Radikale** Was Antioxidanzien in Kosmetika bewirken
- 50 **Find' einfach deinen Stil** Wie Sie die zu Ihnen passende Einrichtung finden
- 54 **Passend und bequem** Worauf es bei der Wahl der Behandlungsliege ankommt
- 56 **Lichtblicke** Mit geschickter Beleuchtung für mehr Umsatz im Institut sorgen
- 62 **News**

Naturkosmetik

- 68 **Weiß Schönheiten** Inhaltsstoffe und Wirkung von Schafgarbe und Holunder

Wellness & Spa

- 74 **News**
- 82 **Ich bin, wie ich bin** Für mehr Körperakzeptanz und Wertschätzung im Spa sorgen

Mit Hand & Fuß

- 86 **Völlig relaxed** Ayurvedische Massagen für Füße und Beine
- 90 **News**
- 96 **New Spirit** Die neuen Lacke präsentieren sich bunt und facettenreich

Trend & Style

- 102 **Stark & leuchtend** Kräftige Farben liegen bei den Make-up-Looks im Trend
- 106 **Produkte kompakt** Die Highlights der Herbst-/Winterkollektion
- 110 **Magische Aura** Die neuen Duftkreationen geben sich geheimnisvoll
- 112 **Mustergültige Farbenspiele** Fashion-Trends für die kommende Saison
- 114 **Indian Summer** Ein Herbst-Look mit Leuchtkraft step by step
- 116 **Wiesn-Gaudi** Zünftige Accessoires fürs Oktoberfest
- 118 **Jetzt mal ehrlich** Bebe Rexha
- 120 **News**

In Balance

- 122 **Wie ferngesteuert** Psychotest: Lassen Sie sich emotional erpressen?
- 126 **Gegen das Verzagen** Mit Versagensängsten umgehen
- 131 **News**
- 132 **Durchgang verboten?** So stehen Sie sich selbst nicht im Weg

Menschen & Macher

- 138 **Unsere Leser feiern!** Jubiläen
- 140 **Alles ist möglich** Maryam Bafahmie berichtet von ihrem Gloria-Erfolg
- 142 **Das gefällt mir!** Das Programm des Kosmetik Business Weekend steht
- 144 **Gleiche Chancen** Babor und UN Women engagieren sich für Frauen
- 146 **Hoch im Herbst** Die kühle Jahreszeit mit der COSMETICA Hannover einläuten
- 151 **News/Verbände**

Medizinische Kosmetik

- 156 **Für rauere Zeiten** Tipps für die sachgemäße Pflege von Winterhaut
- 160 **Porentief rein** Produkt- und Treatment-Konzepte rund um Anti-Pollution
- 163 **News**

Business

- 164 **Klingt gut!** Erfolg durch Stimmbildung und Kultivierung der Sprechweise
- 168 **Nimm' mich mit!** Wie Sie dem Kunden eine „Customer Journey“ bieten

Für Einsteiger

- 172 **40 Jahre** Berufsfachschule für Kosmetikfachkräfte Karlsruhe
- 174 **News**

Messen

- 176 **Schön facettenreich** COSMETICA Hannover
- 178 **Glanzvoll & trendig** COSMETICA Berlin

Ständige Rubriken

- 7 **Editorial**
- 12 **Kommentar** Tattoo-Tinte aus Haar, Katja Köstler; **Gefällt uns** – Leserbrief
- 34 **Gewinnspiel**
- 136 **Waren Sie schon mal in ...** Darmstadt
- 145 **Neulich im Institut**
- 183 **Ki KONTAKT**
- 197 **Impressum/Ausblick**
- 198 **Promi-Talk** Prinzessin Lilly zu Sayn-Wittgenstein-Berleburg



Profi-Zoom September:

Mit der geeigneten Zielgruppe zum Erfolg

Wenn Sie ein Institut eröffnen möchten, ist vorab folgende Überlegung unumgänglich: Wen will ich mit meiner Geschäftsidee ansprechen? Genau danach sollten Sie Ihre Produkte, Behandlungen und Ihren Service ausrichten. Letzten Endes gilt: Nur wenn Sie wissen, wer Ihre Zielgruppe ist, können Sie auch erfolgreich Werbung für Ihr Institut machen. Unsere Experten geben Ihnen hierzu Tipps und Anregungen und verraten, warum es in unserer individualisierten Gesellschaft immer schwieriger wird, Menschen in eine Kategorie zu „stecken“. Wir stellen des Weiteren außergewöhnliche Konzepte vor und erläutern, wie Sie Ihre auserwählte Klientel langfristig halten.



Das Heft und weiterführende Themen online

www.kosmetik-international.de

info@kosmetik-international.de

Wir freuen uns über jede neue Freundin auf

facebook.com/Kosmetikinternational

Der Gesamtauflage liegen Beilagen von Akzent direct, Beatrix Strobl, Comhair, Gustav Baehr und Porta Kosmetik bei. In einer Teilaufgabe befindet sich eine Beilage von KOSMETIK international Verlag GmbH. Wir bitten unsere Leser freundlich um Beachtung.

Titelfoto: Maria Galland

KOSMETIK
ist Medienpartner von

COSMETICA
MESSEN
KOSMETIK international Messe