

Vakinformatie voor de
totale Schoonheidsbranche

de beautysalon



Met een tournee door Duitsland presenteerde Alcina de nieuwe make-up-collectie 'Love to be a woman' (linksboven)

Greg Salo, mede-oprichter van Caption Nagellak vertelt in een exclusief interview over de lacQ3-technology van Caption (linksonder)

Alpha-h onderscheidt zich door glycolzuur in alle producten in combinatie met (waar nodig) laag gehouden pH-waarde (rechtsboven)

Het nieuwe PCN2®-systeem van Cenzaa zet naar eigen zeggen de volgende stap in cosmetica. Het is een nieuwe manier van samenstellen, oplossingsgericht en zonder bijwerkingen (rechtsonder)

MALU WILZ

FEEL YOUR BEAUTY

CAVIAR GOLD GOUD KUST KAVIAAR

2 LUXE WERKSTOFFEN GECOMBINEERD IN ÉÉN LIJN.

MALU WILZ Beauté verlegt met de Caviar Gold Treatment de grenzen en biedt u als schoonheidsspecialiste unieke producten, voor zowel de verkoop, alsook voor behandeling in de salon.

De gouddeeltjes in de nieuwe productlijn van MALU WILZ Beauté Caviar Gold schitteren op de huid en creëren met hun lichtreflecterende karakter de mogelijkheid lijntjes en rimpels te vervagen.

Nieuwe doordachte werkstofcomplexen in verbinding met de unieke kaviaar-extracten regenereren de veeleisende huid en hebben zichtbaar verjongende eigenschappen. De proteïnes, peptides en essentiële aminozuren in de kaviaar zijn belangrijk biomateriaal en ondersteunen de activiteit van de fibroblasten. Daardoor wordt de afbraak van de collageen vezels tegen-gegaan, de celfunctie geactiveerd en het repaarsysteem van de huid ondersteund.



HAPARKO



COSMETICS

Voor meer informatie over de diverse instapmogelijkheden:
HAPARKO COSMETICS

De Veldoven 57 | 3342 GR Hendrik-Ido-Ambacht
T +31 (0)78 - 68 166 28 | www.haparko.nl

Bekijk onze webwinkel voor meer informatie over producten van Malu Wilz:
WWW.WEBSHOPMALUWILZ.NL

C O L O F O N

de Beautysalon

Vakinformatie voor de totale Schoonheidsbranche

Verantwoordelijke uitgever Nederland:

GPmedia BV
Van Schaeck Mathonsingel 8
6512 AP Nijmegen
Tel.: +31 (0)24 3246146
Fax: +31 (0)24 3246144
E-mail: info@gpmedia.nl
Internet: www.gpmedia.nl
www.debeautysalon.biz

Verantwoordelijke uitgever België:

De Mey Micheline
Eekhoudriesstraat 67
9041 OOSTAKKER (B)

Uitgever:

Peter Peeters

Redactie:

Esther Vervaeet (hoofdredacteur)
e.vervaeet@gpmedia.nl

Advertentieverkoop:

GPmedia BV
Gerdo van de Peppel (verkoop leider)
g.peppel@gpmedia.nl
Mandy Sponselee (media-adviseur)
m.sponselee@gpmedia.nl
Emiel Bruning (media-adviseur)
e.bruning@gpmedia.nl

Tarieven op internet: www.gpmedia.nl

Alle orders worden afgesloten en uitgevoerd conform de Regelingen voor het Advertentiewezen, gedeponneerd ter griffie van de Arrondissementsrechtbanken en bij de Kamers van Koophandel.

Abonnementen:

www.gpmedia.nl
of via info@gpmedia.nl
Per jaar in Nederland € 42,-
Per jaar in Europa € 51,-
Losse verkoop € 10,50

Het abonnement kan elk gewenst moment ingaan.

Vormgeving:

Studio Intensive
Telefoon: +31 (0)24 3246140
info@studio-intensive.com
www.studio-intensive.com

Druk:

Geers Offset (België)

ISSN:

1572-3208

© Copyright 2014

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever. De Beautysalon besteedt de grootst mogelijke aandacht aan de juistheid van de informatie die in het vaktijdschrift wordt opgenomen. Fouten zijn echter niet volledig uit te sluiten. De uitgever en de auteurs zijn dan ook op geen enkele wijze verantwoordelijk voor schade, van welke aard ook, die is ontstaan als gevolg van handelingen en/of beslissingen die gebaseerd zijn op de bedoelde informatie.



Inhoud De Beautysalon nr. 5, 2014

Interview: Beauty Service

p. 10

Al meer dan 65 jaar richt Beauty Service zich met passie en kennis op cosmetica. Sinds 2007 staat Roelof Hartog aan het roer van dit succesvolle familiebedrijf in Best. Iets wat hij in eerste instantie zelf niet had gepland: "Als je opa en moeder het bedrijf goed hebben gerund, dan bestaat de kans dat mij dat niet lukt. Dat geeft een bepaalde druk." Inmiddels heeft Roelof het bedrijf flink aangepakt en zich ruimschoots bewezen. Er is geen afdeling of onderdeel ongewijzigd gebleven. Reden te meer om hem te spreken en te vragen naar zijn visie op dit cosmeticabedrijf.

**Beauty Beurs Kalkar**

p. 16-17

Vorig jaar was de eerste editie van de kappers- en beautybeurs 'Beauty Live' een groot succes. De organisatoren rekenen erop dat dit succes met de komende, tweede editie verder wordt uitgebouwd en gezien de groei van de exposantenlijst hebben zij alle reden om optimistisch te zijn. De belangrijkste kenmerken van de beurs zijn onveranderd gebleven: deze richt zich op de volledige Duitse en de Nederlandse kappers- en beautybranche en bezoekers worden serieus in de watten gelegd met de full service formule. Ook belangrijk om te vermelden is dat de toegang gratis is voor beauty professionals die zich vooraf registreren op de site met hun KvK-nummer.

**Beauty Injection**

p. 34-35

Beauty Injection is distributeur van hoogwaardige schoonheidsproducten, gericht op huidverbetering en natuurlijke make-up. Greet Hoedeman leidt dit bedrijf en is tevens eigenaresse van Beauty Inn Health & Beauty Centre. Op maandag 13 oktober organiseerde Beauty Injection een masterclass met als onderwerp: beautiful aging en marketing in de beautybranche. Tijdens deze leerzame middag konden alle aanwezigen advies krijgen over hoe je van een 'huidverzorgingsklant' een 'huidverbeteringsklant' maakt.

**Salon X: New Eden**

p. 48-49

Ingrid Sielhorst is sinds 1998 eigenaresse van New Eden Skincare, Institute for healthy aging. "Als huidexpert help ik zelfbewuste vrouwen vanaf 35 jaar een mooie stralende huid te krijgen en door de jaren heen te behouden." De redactie van De Beautysalon bezocht haar salon aan huis in Culemborg en sprak onder begeleiding van rustgevende muziek met deze gepassioneerde schoonheidsspecialiste.



DE VISIE

Voor deze uitgave werd er heel wat afgereisd. Het begon natuurlijk met een bezoek aan de Beauty Salon dimensions. Een ideale gelegenheid voor mij om de branche en de merken beter te leren kennen.

Kort na deze beurs kreeg ik de kans om enkele merken écht van dichtbij mee te maken dankzij jubilea of productpresentaties. Beauty Service bijvoorbeeld (p.41), vierde het 75-jarig bestaan van Sans Soucis op een prachtige locatie aan de Loosdrechtse plassen. Ook Sothys wist een bijzonder plekje in ons land te vinden om hun nieuwe producten te presenteren (p.25). Jachtslot De Mookerheide was het toneel voor een dag vol nieuwe producten, heerlijke geuren en nieuwe contacten. Guinot verwelkomde ons in een prachtige Franse patisserie in hartje Amsterdam (p.19). Daar vertelden zij over het merk en hun nieuwe producten. Ook mochten enkele aanwezigen de succesvolle hydradermie-behandeling ondergaan, volgens velen de 'Rolls Royce onder de behandelingen'. Kort voordat deze uitgave naar de drukker ging, gaf Beauty Injection een masterclass over hoe je van een huidverzorgingsklant een huidverbeteringsklant maakt (p.34). Een zeer interessante en inspirerende middag met belangrijke commerciële tips.



Natuurlijk wordt al deze informatie in dit nummer met jullie gedeeld. Maar vergeet ook niet de vaste rubrieken te lezen, het productnieuws door te nemen en de columns en interviews te verslinden. Deze uitgave staat namelijk weer bol van beauty-nieuws!

Veel leesplezier!

Esther Vervaeet

Hoofdredacteur
e.vervaeet@gpmedia.nl

Mesotherapie zonder naalden

Naadloze mesotherapie wordt anders. "De HC3-Skinshooter is een modern esthetisch apparaat voor de beste beautyresultaten", aldus Mirjam Sterk van Health Cosmetics. "Het werkt met innovatieve elektroporatie en de nieuwste electro-osmose technologie. Een methode die specifieke werkstoffen pijnloos in de huid schiet."

Bij elektroporatie wordt gebruik gemaakt van een pijnloos 'shot'. Dit geeft een opening in de lipidelaag van de cel waardoor het hydrofiele werkstofserum kan indringen.

Positieve stroom laadt de werkstofmoleculen op en 'pusht' het in de huid. Deze vorm van mesotherapie maakt het mogelijk om de huid in een optimale conditie te brengen. Rimpels worden zichtbaar minder. Er zijn verschillende behandeltechnieken voor meerdere huidproblemen.



Met de HC3-Skinshooter in combinatie met het Clinical Care verzorgingsprogramma kunt u profiteren van gratis producten ter waarde van € 288,- en daarmee een omzet realiseren ter waarde van € 1.920,-. Wilt u meer informatie of een demonstratie in uw salon? Neem contact op via onderstaande gegevens.

Voor aanvullende informatie:
Health Cosmetics GmbH
(onderdeel van Klapp Group)
Tel. (06) 52876628
m.sterk@klapp-cosmetics.com
www.health-cosmetics.com

Amice Opleidingscentrum vernieuwd

Amice opleidingscentrum in Barneveld is – bijna – geheel gerenoveerd. Deze opknapbeurt was noodzakelijk nadat het gebouw afgelopen zomer drie keer te kampen kreeg met wateroverlast na extreme regenval. Na acht weken van flink verbouwen, vond er een complete metamorfose plaats. De wateroverlast bij Amice is definitief verleden tijd.



Directeur Denise van Wassenberg kon door alle wateroverlast zelfs met een kano door de school roeien. Gelukkig met alle hilariteit van dien. De kantine en een aantal lokalen zijn voorzien van een nieuwe vloer. Daarnaast is er een grote keuken geplaatst. Er is dus weer alle ruimte voor cursisten.

Al 23 jaar staat Amice voor 'Passie voor kwaliteit en hart voor het vak'. Er wordt les gegeven door een inspirerend team waarvan vele docenten al jarenlang aan het oplei-

dingscentrum verbonden zijn. Het volgen van een Amice-opleiding kan prima in combinatie met een gezin of werk. Dit omdat er naast voltijd- ook deeltijdopleidingen zijn voor onder andere (Allround) Schoonheidsverzorging, (Medisch) Pedicure, Vitaalcoach en Sport- en Wellness-massage. De MBO 3- en 4-opleidingen zijn erkend door de Minister van Onderwijs.

De nieuwe, korte opleiding tot Vitaalconsulent trekt veel belangstelling. Dit omdat deze cursus speciaal is ontwikkeld voor schoonheidsspecialistes, pedicures en masseurs. Op woensdagavond 5 november is er een gratis kennismakingsavond. Iedereen zich kan zich hiervoor aanmelden via de site.



Instromen is gedurende het schooljaar op meerdere momenten mogelijk.

Voor aanvullende informatie:

Amice Opleidingscentrum
Tel. (0342) 492876
www.amice.nl

SCHOONHEIDSSPECIALIST REBECCA SCOTT BEVAART
DE WERELDZEEËN VOOR STEINER LEISURE LIMITED

“Het werk aan boord is een mooie voorbereiding op het zelfstandig ondernemerschap”

In oktober was ‘Oasis of the Seas’ (het grootste cruiseschip ter wereld) gedurende twee weken te gast in de haven van Rotterdam. Op de dag van vertrek ging de redactie van De Beautysalon een kijkje aan boord nemen en dit op uitnodiging van Steiner Leisure Limited. Deze multinational beheert beauty- en wellnesscentra aan boord van honderden cruiseschepen, waaronder de Oasis of the Seas.

Het beauty- en wellnesscentrum van de Oasis of the Seas is net zo indrukwekkend als het schip zelf. Er zijn maar liefst 23 beautycabines, een luxe ontvangst- en relaxruimte, een mooie grote kapsalon, massageruimtes en een sauna aan boord. Om te voldoen aan de wens van de duizenden passagiers die Oasis of the Seas iedere reis te gast heeft, zijn er maar liefst veertig mensen werkzaam in het beautycentrum.

Internationale omgeving

De Britse schoonheidsspecialist Rebecca Scott spreken we aan boord van het schip en zij is zeer enthousiast over haar baan: “Ieder contract geldt voor een periode van negen

maanden en ik heb onlangs mijn derde contract afgesloten. Bijzonder aan het werken voor Steiner Leisure Limited is natuurlijk dat je veel ervaring opdoet in een internationale omgeving, aan boord altijd een opgewekte vakantie sfeer heerst en je je werk kunt combineren met het bezoeken van de mooiste plekken ter wereld! We vertrekken vandaag vanuit Rotterdam en gaan dan via het Verenigd Koninkrijk naar het Caraïbisch gebied, dus ik verheug me op de zon!”

Het beauty- en wellnesscenter aan boord telt 23 cabines en een prachtige ontspanningsruimte ▼

Zelfstandig

De Nederlandse Ingrid Borst is verantwoordelijk voor de personeelswerving voor de beautysalons van Steiner Leisure Limited op de cruiseschepen. Zij vertelt: “We werken graag met Nederlandse schoonheidsspecialisten aangezien zij over het algemeen een redelijke kennis van de Engelse taal hebben, wat een belangrijke voorwaarde is om op de cruiseschepen te kunnen werken. Andere voorwaarden zijn een vakdiploma van minimaal niveau 3 en het vermogen om geheel zelfstandig te kunnen werken. Voordat het contract ingaat verzorgt Steiner Leisure Limited een training van enkele weken in Londen en ook aan boord van het schip wordt uiteraard gezorgd voor huisvesting, maaltijden en bijvoorbeeld ook de was. Hierdoor kunnen de medewerkers zich volledig op hun werk concentreren en kunnen ze na hun werkdag volledig ontspannen.”

Bijzonder leerzaam

Rebecca Scott wijst erop dat het werk een goede voorbereiding is op het zelfstandig ondernemerschap: “Je krijgt veel verantwoordelijkheid en zorgt zelf voor het inboeken van afspraken, het adviseren over producten en ga zo maar door. Ook is het een belangrijk doel om ervoor te zorgen dat klanten zich verwend voelen en echt in de watten worden gelegd. Dit zijn allemaal zaken waar je als zelfstandig ondernemer ook mee te maken krijgt, dus wat dat betreft beschouw ik deze periode als bijzonder leerzaam.”



De Britse Rebecca Scott werkt al enkele jaren aan boord van cruiseschepen via Steiner Ltd. en beschouwt dit als een zeer leerzame ervaring

Wilt u meer weten over de mogelijkheden om als beautyspecialist te werken op luxe cruiseschepen? Dat kan! Steiner organiseert op 9 november (Eindhoven), 7 december (Utrecht), 12 januari (Antwerpen) en 1 februari (Utrecht) een informatie- en sollicitatiedag. Hiervoor meldt u zich aan door te mailen naar Ingrid Borst via steiner.europe@theonboardspa.com of telefonisch contact op te nemen via (06) 5510 4153.

Met een lengte van 360 meter en een maximale capaciteit van 7300 gasten is de Oasis of the Seas veruit het grootste cruiseschip ter wereld. In oktober was het schip twee weken te gast in de haven van Rotterdam ▼



MAKE-OVER GEEFT KINDEREN VAN DREAM4KIDS WEER MOED EN VERTROUWEN

Een droomdag met de school van Mieke Petiet

In samenwerking met de visagisten van de school van Mieke Petiet zorgt Dream4Kids voor een droomdag voor kinderen in de leeftijd van zes tot twaalf jaar. Op deze dag krijgen de kinderen het vertrouwen in zichzelf en in de wereld weer een beetje terug.

Stichting Dream4kids organiseert 'droomdagen' voor kinderen die te kampen hebben met een jeugdtrauma. Via een 'nieuwe look' gaf Mieke Petiet de kinderen weer vertrouwen, moed en energie om in dromen te geloven. Na een kwartiertje in de visagie-stoel, toonden de lieve kinderen een grote glimlach op hun

mooie gezicht. Ze zaten vol met glitter en er zaten krullen in hun haren.

Voor aanvullende informatie:

Mieke Petiet
Tel. (020) 6256144
www.mieketpetiet.com
www.dream4kids.nl



SPRAY MET DE GEUR VAN BLUE BLOOD GEL



Revealing Mist Air Freshener stimuleert verkoop

Een geur doet enorm veel met een mens: het wekt gevoelens en herinneringen op, maakt je emotioneel en zet je aan tot bestedingen. Wie aan Neo denkt, denkt aan de Blue Blood Gel en de heerlijke geur van het product. Goed nieuws, want vanaf nu heeft Neo een limited edition Revealing Mist Air Freshener met de geur van deze royal onder de producten.

De Revealing Mist is verrijkt met een frisse perzikgeur, dit vormt de basis van deze spray. Het is een ideaal pro-

duct om tijdens of voor een behandeling de salon en/of het linnengoed mee in te sprayen. De Revealing

Mist Air Freshener is onmisbaar in de salon want deze spray maakt het u nu nog makkelijker om de Blue Blood Gel te verkopen.

Voor aanvullende informatie:

Neoderma
Tel. (070) 3634025
www.neoderma.nl

INNOVATIE OP HET GEBIED VAN VITAMINE A TECHNOLOGIE

Nieuwe producten van Medik8 bevatten 0,6% en 1% retinol

Retinol is een krachtig, snel absorberend vitamine A serum dat huidverjongend werkt. De nieuwe producten van Medik8 bevatten 0,6 en 1 procent retinol en worden ondersteund door een ander actief ingrediënt: vitamine E. Deze combinatie leidt tot een significant verhoogde stabiliteit in vergelijking met andere retinol-producten. De verhoogde stabiliteit van de formule heeft bewezen dat dit krachtige vitamine A serum anti-aging voordelen bevat.

De retinol-producten helpen bij het stimuleren van de productie van collageen en verhogen het niveau van het epidermale hyaluronzuur. Daarnaast helpt het bij het minimaliseren van fijne lijntjes en worden huidstructuur, ruwheid en hyperpigmentatie verbeterd. Het product deblokkeert de poriën en reguleert de talgproductie om acne en mee-eters te voorkomen. TR in retinol 6 en 10 staat voor 'time release'. Dit duidt op een geleidelijke afgifte van de actieve ingrediënten in de huid waardoor huidirritaties worden voorkomen.

Retinol 6 TR is geschikt voor ieder huidtype en speciaal voor diegenen die de zichtbare tekenen van huidveroudering willen minimaliseren. Retinol 10 TR is geschikt voor mensen die ouder zijn dan veertig jaar en een zonbeschadigde of verouderde huid hebben. Deze dosis vitamine A wordt aangeraden wanneer de huid al gewend is aan hoog geconcentreerde producten.

Voor meer informatie:
Medik8,
Tel. (0316) 295357,
info@medik8.nl,
www.medik8.nl



High End Super Hair Removal

SHR, IPL + RF



Gezien op de
beurs 2014

B BEAUTY
SALON
DIMENSIONS

**12 maanden
gratis
lampen**

**Inclusief
opleiding**

**€ 16990,-
excl. BTW**

*Betalen in termijnen mogelijk.
Vraag naar de voorwaarden.*

**Haarverwijdering
Huidverbetering
IPL, RF en SHR**

**Supersnel flitsen:
10 flitsen
per seconde**

**IPL Service
Nederland BV**
Where beauty meets technology

Deze aanbieding is geldig t/m 30 november 2014. Vraag naar de voorwaarden.

V1.14.10.08

Natalie nieuw bij Medical & Beauty



▲ De nieuwe behandelstoel Natalie vormt een prachtig duo in combinatie met de visagiespiegel Malibu

Op het gebied van salonmeubilair behoort het Italiaanse Salon Habitat tot de grootste producenten ter wereld. In de Benelux is het merk 'Medical & Beauty' verkrijgbaar bij een groot aantal regiodealers, die ook bij u in de buurt gevestigd zijn. Nieuw in het assortiment is de pompstoel Natalie, die speciaal is ontwikkeld voor make-up- en gezichtsbehandelingen.

Bijzonder aan Medical & Beauty is dat het merk Italiaans design combineert met aantrekkelijke prijzen en duurzaamheid. Om dit te bereiken wordt het meubilair volledig in eigen fabriek vervaardigd en wordt uitsluitend gebruik gemaakt van onderdelen die in Europa zijn geproduceerd. Dit alles geldt uiteraard ook voor de nieuwe behandelstoel Natalie.

Comfort

"De nieuwe behandelstoel is speciaal ontwikkeld voor make-up- en gezichtsbehandelingen", vertelt Pim Stuij van Salon Ambience Benelux. "De stoel is leverbaar met verstelbare rugleuning en blokkeerbare hydraulische pomp. Hierdoor kan er op ergonomische wijze gewerkt worden en is ook het comfort voor de klant gegarandeerd."

Aantrekkelijk duo

"Natalie is afgewerkt met Skai, dat leverbaar is in 46 verschillende kleuren. Verder is de behandelstoel perfect te combineren met onze spiegel 'Malibu' met een onderkastje met twee lades. Rond de spiegel zijn een aantal lampen aangebracht, waardoor het gezicht van de klant op een zeer natuurlijke manier wordt uitgelicht en kleuren van decoratieve make-up optimaal beoordeeld kunnen worden."

Een overzicht van alle Medical & Beauty-grossiers is te vinden op www.medicalandbeauty.com. Voor meer informatie en verkoopadressen kunt u ook telefonisch contact opnemen met Salon Ambience Benelux via tel. (015) 2577171.

Het Italiaanse designteam staat voor u klaar!

Heeft u (ver)bouwplannen voor uw beautysalon, wellnesscentrum of nagelstudio? Op medicalandbeauty.com vindt u volop inspirerende ideeën en kunt u de uitgebreide catalogus aanvragen. Op de site vindt u ook uitleg over de werkwijze van Salon Habitat in het geval van een complete (her)inrichting van uw zaak. Er zijn namelijk volop mogelijkheden om deze volledig – van A tot Z – te laten realiseren door Salon Habitat. Het Italiaanse designteam zorgt voor een oogstrelend en praktisch ontwerp dat volledig voldoet aan uw wensen. Met behulp van 2D-, 3D- en zogeheten fotorendering-presentaties wordt dit ontwerp op levensechte wijze aan u voorgelegd. Ook de complete uitvoering en aftersales van het project worden volledig verzorgd, waardoor u zich volledig op uw klanten kunt richten.





Tournee Alcina inspireert honderden beauty professionals

Alcina hield dit najaar een tournee door Duitsland, waarbij beautyspecialisten en kappers middels podiumevents worden geïnformeerd over de nieuwste trends op het gebied van make-up en haarmode. Een groep Nederlandse beauty professionals en enkele afgevaardigden van de Nederlandse vakpers waren te gast tijdens de presentatie in Keulen, waar Education Manager Frauke Albrecht en de nieuwe Alcina Creative Artist Manh-Dung de nieuwe make-up-collectie voor herfst/winter 2014-15 presenteerden.



▲ Een matte foundation is zeker geen vanzelfsprekendheid meer



▲ Manh-Dung is de nieuwe Creative Artist van Alcina

De honderden gasten werden verwelkomd met een videoboodschap van de heer Dönnnerberg, CEO van Alcina Dr. Kurt Wolff. Hij benadrukte dat Alcina voor het eerst heeft gekozen voor een presentatie waarin haar en make-up zijn samengebracht. Ook was er veel aandacht besteed aan de styling van de manequins. Doordat deze zorgvuldig was afgestemd op de make-up en het haar beschikten zij over mooie, uitgebalanceerde looks.

Glanzende finish!

Aan de presentatie werkten in totaal zestig mensen mee. In het eerste gedeelte werd de nieuwe make-up-collectie 'Love to be a woman' gepresenteerd onder leiding van Education Manager Frauke Albrecht en de nieuwe Alcina Creative Artist Manh-Dung (die demonstreerde ook heel behoorlijk te kunnen zingen!). Deze collectie bestaat uit vier thema's, te weten Just Pure, @Work, Crazy in Love en Glam. Belangrijk op het gebied van make-up is dat een matte foundation zeker geen vanzelfsprekendheid meer is. Voor een sprankelende look mag



de huid zeker ook een glanzende finish hebben, wat na een jarenlang 'mat' beeld zeker even wennen is!

Het tweede gedeelte van de presentatie in het 'Theater am Tanzbrunnen' was volledig toegespitst op de nieuwe haartrends, die werden verduidelijkt door Paul Gehring en zijn team (dat bestond uit kappers uit verschillende Europese landen).

Trends niet alleen voor tieners

Bijzonder aan de presentatie was niet alleen de fantastische locatie met uitzicht over de Rijn en de skyline van Keulen. Een leuk extraatje was dat alle gasten een exemplaar van het nieuwe Alcina Styleboek ontvingen en de modellen uit het boek ook present waren tijdens de show. Eveneens speciaal (en kenmerkend voor Alcina) was dat de modellen in leeftijd varieerden van 16 tot 45 jaar, waarmee wordt benadrukt dat trends echt niet alleen maar zijn bedoeld voor tieners!

Meer informatie:
Alcina Cosmetic Nederland
Tel. (0418) 652425
www.alcina.nl





Foto's: Maaikje van Esch fotografie

Al meer dan 65 jaar richt Beauty Service zich met passie en kennis op cosmetica. Sinds 2007 staat Roelof Hartog aan het roer van dit succesvolle familiebedrijf in Best. Iets wat hij in eerste instantie zelf niet had gepland: "Als je opa en moeder het bedrijf goed hebben gerund, dan bestaat de kans dat mij dat niet lukt. Dat geeft een bepaalde druk." Inmiddels heeft Roelof het bedrijf flink aangepakt en zich ruimschoots bewezen. Er is geen afdeling of onderdeel ongewijzigd gebleven. Reden te meer om hem te spreken en te vragen naar zijn visie op dit cosmeticabedrijf.

een vriend vertelde, verklaarde hij mij knettergek. Hij zei: 'je bent te moeilijk aan het denken, je begint met een schuld en nul omzet terwijl je moeder een cosmeticabedrijf heeft. Meer beleving dan dat wordt het niet hoor!' Hij had natuurlijk gelijk maar het was zo'n gepasseerd station voor mij dat ik daar niet over had nagedacht."

Binnen een week was het beklonnen. "Ik heb nog een half jaar een project op mijn vorige werk afgemaakt en daarna ben ik begonnen", vertelt Roelof. De moeder van Roelof – Meta Hartog – vond dit niet erg. "Ze was blij en vond het niet erg dat ik pas over een half jaar kwam. Ze had de zekerheid dat het bedrijf werd overgenomen. We hadden een overlap van drie maanden, heel kort eigenlijk maar mijn moeder wenste me veel succes en zei: 'Ik ga er meteen uit want als je het nu niet kan, dan kun je het nooit'. Een rigoureuze stap, maar het bedrijf was flink verouderd, er

moest veel gebeuren en zij wist ook niet goed hoe."

Vernieuwing

Alles werd vernieuwd. Bedrijfsprocessen, het financiële- en verkoopmanagement, het assortiment, het personeel, kostprijberekeningen, de producten. Zelfs de locatie is veranderd. Uiteraard is dit stapsgewijs verlopen. Roelof vertelt: "Eerst heb ik het een half jaar aangekeken om te zien welke dingen er duidelijk aangepast moesten worden en met welke urgentie. Het bedrijf lijkt totaal niet meer op het bedrijf van acht jaar geleden. Klanten merken dat ook want ook voor hen zijn er veel veranderingen geweest."

Betere service

Eén van die veranderingen was de focus op service. "Er zijn veel dingen verbeterd, maar we hebben ook klanten iets moeten afnemen zoals kortingen. Er werd veel korting gegeven en dat strookte niet

Beauty Service is leverancier van professionele huidverzorgingsproducten en –benodigdheden voor de totale schoonheidsbranche. De cosmeticamerken Biodroga en Sans Soucis worden door Beauty Service geïmporteerd en gedistribueerd in Nederland en België. Dit jaar viert het familiebedrijf haar 65-jarige

Niet zozeer omdat ik niets met cosmetica wilde doen, maar meer omdat het een bepaalde druk geeft. Als je opa en moeder het goed hebben gedaan, dan bestaat de kans dat mij dat niet lukt. Ik koos voor een studie rechten en daarna een studie bedrijfskunde omdat dat me veel mogelijkheden voor de toekomst

"Wij 'servicen' de klant van A tot Z en proberen hen zoveel mogelijk te ontzorgen"

jubiläum en het 75-jarige bestaan van één van haar merken: Sans Soucis.

Knettergek

"Ik heb altijd gezegd dat ik het familiebedrijf niet ging overnemen.

gaf. Na enkele jaren werken dacht ik na over het starten van een eigen bedrijf. Ik wilde iets opzetten waarbij beleving een grote rol speelt. Iets wat prijs-gedreven is vind ik namelijk niet leuk, daar kun je zo weinig verschil mee maken. Toen ik dit aan

Gepersonaliseerde cosmetica

Veel schoonheidsspecialistes dromen van een eigen lijn. Helaas wordt deze droom niet altijd werkelijkheid. Dit heeft vaak te maken met de grote hoeveelheden waarin een dergelijke lijn moet worden ingekocht. Beauty Service heeft hier een oplossing voor: gepersonaliseerde cosmetica.

Een eigen handcrème als extraatje voor de klanten? Geen probleem. Je kunt verpakkingen en labels namelijk customizen en per drie stuks laten maken. Beauty Service heeft een partner in de arm genomen die dit kan realiseren. Het gaat hierbij om bestaande formules die worden voorzien van een gepersonaliseerde verpakking en labelling.

Roelof vertelt hierover: "Het staat nog in de kinderschoenen, maar we hebben wel al een aantal private label aanvragen lopen. De verpakkingen en labels kunnen per drie stuks worden gemaakt. Ideaal als give away bij de feestdagen!"

met de richting die Beauty Service opging. Het ging ten koste van een bepaalde service die ik belangrijk vond. Ik móest dus aan die korting sleutelen. Gelukkig hebben we er niet veel problemen mee gehad. We snappen dat korting altijd leuker is, maar we moeten keuzes maken en hopen dan ook dat de klanten een betere service opmerken. Voordat ik hier begon hadden we één vertegenwoordiger. Dan kun je natuurlijk niet alle klanten spreken en zien in een korte tijd. Nu hebben we

salons maar ook in winkels. Dit kán nadelig zijn voor de schoonheidsspecialiste. Toch heeft Beauty Service hier een goede regeling voor getroffen, Roelof vertelt hierover: "Sans Soucis is begonnen als salonmerk. Als eerste importeur van dit merk zochten wij dus ook de klanten op de professionele markt. Later lanceerde de fabrikant van Sans Soucis het merk Biodroga. Men vond dat dit nieuwe merk meer geschikt was voor de professionele markt waardoor

door zoveel mogelijk klanten te hebben, maar door goede en serieuze klanten aan je te binden."

Luxe cadeau voor jezelf

Op de vraag waar Roelof trots op is antwoordt hij resoluut: "Nee, ik heb niet echt iets waar ik trots op ben. Niet omdat ik niet trots ben – want ik vind dat we een heel mooi bedrijf hebben – maar we doen het met z'n allen. Ik stel wat dat betreft niet zo heel veel voor. Ik ben alleen degene die de weg

uitstippelt. Mijn team moet het toch doen. De beleving die ik zocht bij het ondernemen, leeft bij cosmetica enorm. Je koopt iets waarvan je het gevoel hebt dat het je op korte of lange termijn mooier maakt. Het is een luxe cadeau voor jezelf en dat maakt het leuk."

Voor aanvullende informatie:

Beauty Service
Tel. (0499)745008
www.beautyservice.com

“Meer beleving dan dit wordt het niet”

vijf vertegenwoordigers. Hierdoor krijgen onze klanten meer bezoek, meer service en meer feeling met het merk”, legt Roelof uit.

Die service zit niet alleen in het aantal vertegenwoordigers. “We proberen onze klanten zo goed mogelijk te ondersteunen. Zo krijgen ze iedere zes weken een nieuwsbrief en kunnen ze een eigen website bij ons inkopen. Klanten hebben er geen omkijken naar. Als er nieuwe producten komen, worden deze meteen online gezet. Het is ook mogelijk om een webshop aan de website hangen. Wij ‘servicen’ van A tot Z en proberen de klant zoveel mogelijk te ontzorgen. Ook op het gebied van trainingen, promoties en acties doen we nu veel meer. Sinds we op deze locatie zitten, geven we meer trainingen. Het werkt veel makkelijker want we hebben hier alles bij de hand qua apparatuur en dergelijke. Per training nemen we tien cursisten aan, dat is het maximale aantal. Anders worden de groepen te groot en gaat het ten koste van de kwaliteit. Ik denk dat we als bedrijf in totaliteit zijn verbeterd waardoor we professioneler zijn geworden. Niet dat we dat niet waren, maar het is nog beter geworden”, aldus Roelof.

Exclusiviteit

Beauty Service was wereldwijd de eerste importeur van het merk Sans Soucis. Dit van oorsprong Duitse merk ligt niet alleen in beauty-

het assortiment van Sans Soucis meer richting de winkels verschoof. Omdat wij enkel salons als klanten hadden, bleven wij hen trouw en dat doen we nog steeds. Om te voorkomen dat schoonheidsspecialistes moeten ‘concurreren’ met winkels werken wij met exclusiviteit. Binnen een bepaalde straal van een Sans Soucis-salon is het merk niet te koop in winkels. Daarnaast wordt er ook geen nieuwe salon in de buurt van een al bestaande Sans Soucis-salon aangenomen als klant.”

Ambitie

“We maken nog steeds veel nieuwe klanten, maar er vielen er natuurlijk ook af. Mijn moeder had een vergrijsd klantenbestand, die klanten stopten op den duur gewoon met hun salon. Inmiddels hebben we meer en betere klanten dan toen ik ben gestart. We kijken vooral naar de ondernemer zelf. We willen weten wie de schoonheidsspecialist is. Er zijn er namelijk best veel die starten in een kleine ruimte aan huis. Die hebben wel plannen om te professionaliseren, maar als ze twee avonden per week werken dan moet je dat allebei niet willen. Zeker gezien de installaties die erbij komen kijken. De situatie wordt interessant als een potentiële klant zegt: ‘ik begin thuis, maar heb de ambitie om een eigen salon op te zetten waarin ik fulltime aan de slag ga’. We willen een bepaalde kwaliteit nastreven. Dat gaat niet



Compacte Beauty Salon dimensions



Van zaterdag 13 tot en met maandag 15 september 2014 konden professionals uit de schoonheids- en nagelbranche de laatste trends, innovaties en apparatuur op hun vakgebied ontdekken in Jaarbeurs Utrecht. Vaktijdschrift De Beautysalon was erbij en brengt verslag van deze compacte beurseditie.

Dit najaar focuste Beauty Salon dimensions op kennisoverdracht en het informeren van professionals. Exposanten presenteerden geen totaalaanbod van producten, maar boden meer verdieping omtrent specifieke producten. Daar voegde de organisatie een thematisch programma aan toe van lezingen en workshops. Deze werd verzorgd door het team van Ralph Moorman: ingenieur levensmiddelentechnologie, gezondheidscoach en schrijver. Daarnaast was er speciale aandacht voor het ondernemerschap in de

vorm van drie aanvullende workshops. Cijfers laten zien dat dit voor meer dan tweederde van de bezoekers (68 procent) als een toegevoegde waarde werd ervaren.

Jaarbeurs laten weten dat 72 procent van de bezoekers naar de beurs komen om op de hoogte te blijven van nieuwe product- en brancheontwikkelingen. Op de tweede plaats van bezoekmotieven staat het plaatsen van orders en/of directe inkoop (56 procent), gevolgd door 43 procent die ter oriëntatie voor investe-

rings- of aankoopplannen aanwezig was. Verder was het verzamelen van informatie over producten en diensten voor 38 procent de voornaamste reden om naar Utrecht af te reizen. Het stimuleren van eigen opleiding en ontwikkeling was voor 34 procent van de bezoekers een reden om een bezoek te brengen. Gemiddeld bleven bezoekers vier uur op de beurs.

Beauty Innovation Tour

De Beauty Innovation Tour is opnieuw goed ontvangen door zowel deelnemers als exposanten. Schoonheidsspecialisten kregen binnen één uur een goed overzicht van alle noviteiten op de beurs. Styliste Mara Stevelmans vertelde kort en krachtig wat de noviteiten zijn én welk voordeel deze hebben voor schoonheidssalons. Een van de positieve reacties na het volgen van de Beauty Innovation Tour: "Nu weet ik wat de ontwikkelingen op beautygebied zijn en kan ik mijn bedrijfsstrategie hierop aanpassen."

Evaluatie

De najaarsbeurs is in de regel kleiner dan de voorjaarsbeurs. Toch week de totale omvang deze keer wel erg af van voorgaande Beauty Salon dimensions-edities. Het aantal exposanten was aanzienlijk minder, waardoor de organisatie genoodzaakt was een compacte beurs neer te zetten. Wellicht was dit ook de reden dat niet iedere exposant tevreden was met de locatie en zichtbaarheid van de stand. Er klonken geluiden dat eerder gecommuniceerde plattengronden in werkelijk-

heid anders uitpakten. Ook voor de bezoekers kon dit nadelig zijn. Zij konden namelijk langs twee zijden de beurs in- en uitgaan waardoor zij misschien enkele exposanten hebben gemist. Uit de cijfers van Jaarbeurs Utrecht is af te leiden dat er in totaal 10.964 beautyspecialisten afkwamen op de beurs.

Beauty Trade special 2015

De volgende activiteit op de beautykalender is Beauty Trade special 2015 van zaterdag 7 tot en met maandag 9 maart 2015 in de Jaarbeurs in Utrecht.

Voor aanvullende informatie:
Jaarbeurs

Tel. (030) 2952731

www.beautysalondimensions.nl



Professionele segmenten

De beursvloer was verdeeld in twee professionele segmenten: Face & Body en Nail & Sale. Daarbinnen is de top vijf aan interessegebieden van bezoekers te herkennen.

- Huidverzorging en ontharen: 67%
- Salonbenodigdheden: 57%
- Handverzorging en nagelstyling: 48%
- Salonapparatuur: 39%
- Visagie/make-up/styling: 38%

De vakgebieden van bezoekers komen overeen met beide segmenten. Meer dan de helft (54 procent) is schoonheidsspecialiste, aangevuld door nagelstylisten (23 procent) en pedicures (9 procent).



KLEURENPALLET AVEDA MAKE-UPCOLLECTIE GEÏNSPIREERD DOOR OP- EN ONDERGAANDE ZON

Romantic Grandeur toont verleidelijke herfst/winter-looks

Trendcollecties van Aveda zijn altijd een lust voor het oog, maar de nieuwe make-upcollectie 'Romantic Grandeur' voor komende herfst en winter gaat nog net een stapje verder. De sprookjesachtige beelden zouden aan de wand van een fotomuseum zeker niet misstaan.

Janelle Geason (Aveda Global Artistic Director, Make-up) benadrukt dat het kleurenpallet van de collectie is geïnspireerd op de magnetische tinten van de opkomende en ondergaande zon. "Ijzige pastels gecombineerd met zonnige tinten worden gecombineerd om een geheimzinnig en uitnodigend contrast te creëren", aldus Geason.

Red Lotus & Winter Lilac

'Romantic Grandeur' bestaat uit twee gedeeltes: Red Lotus en Winter Lilac. Red Lotus roept de prachtige gloed van de ondergaande zon op en deze look is zeer vrouwelijk en zacht. Winter Lilac betovert door de combinatie van koele pastels en paarse tinten met warme, gouden accenten. Hiermee wordt een zachte, dromerig look tot leven gewekt.

The times are changing

"Voor Romantic Grandeur werd ik geïnspireerd door hoe dingen veranderen met het verstrijken van tijd, hoe ze kunnen beginnen met een

sterke vorm die later wazig wordt", aldus Janelle Geason. "Voorbeelden hiervan zijn hoe een stuk stof ont-rafelt aan de randen, hoe verf een andere kleur en textuur aanneemt als je het weghaalt of hoe metaal een diepe platina-kleur kan krijgen door het verstrijken van de tijd."

Make-upconcept

Hieruit is een concept voortgekomen waarbij met de make-up eerst duidelijke vormen worden gecreëerd, die vervolgens vervaagd worden. Janelle Geason: "Je kunt een make-uppenneel of je vingers gebruiken om de lijnen te vervagen en de tinten heel zacht, maar tegelijkertijd ook heel sterk te maken. Deze techniek geeft de look een romantische twist, waardoor het heel mooi en draagbaar wordt."

Meer informatie:

Aveda Benelux
Tel. +32 (0)27168555
www.aveda.nl



◀ In de Romantic Grandeur-collectie worden eerst duidelijke vormen gecreëerd, die vervolgens vervaagd worden. Hierdoor ontstaat een zachte, dromerige look

LR

Laserrent

VERHUUR COSMETISCHE LASERS

LightSheer **DEFINITIEF ONTHAREN**

DioLite XP **COUPEROSE/PIGMENT**

Palomar Q-YAG 5 **TATOEAGE VERWIJDEREN**

- Verhuur van alleen maar de beste lasers
- Huur per uur (min. 4 uur)
- Geen huurverplichting, geen borg
- Apparatuur is verzekerd op locatie
- Complete commerciële- en praktijkondersteuning

BEL LASERRENT
023 562 22 76

OF MAIL
info@laserrent.nl

MEER INFO
www.laserrent.nl



FLORINT BV VERRASSEND INNOVATIEF

DRIEBERGSESTRAATWEG 37, 3941 ZS DOORN, TEL. (+31)343-414550, WWW.FLORINT.NL



diego dalla palma

PROFESSIONAL

Dermocosmetic science meets the Italian cult of beauty.

Het Italiaanse beauty concept.
De ontmoeting tussen diego dalla palma professional en RVB SKINLAB opent een nieuwe weg naar schoonheid.
Een hyperactieve, ultra-effectieve manier met een grensverleggende blik.

From well-being to beauty.



Exclusieve lijn van producten voor alleen de beste spa's en beauty salons.

Esthé-Care
COSMETIEK

Esthé-Care Cosmetiek
Coolhof 5 - 5066 AJ Moergestel
T. +013 51 31 063
info@esthe-care.nl

www.esthe-care.nl

de beautysalon

Vakinformatie voor de totale Schoonheidsbranche

verschijningsdatum De Beautysalon nummer 6

De komende uitgave van vaktijdschrift

De Beautysalon verschijnt op **12 december 2014**.

Deze editie schenkt speciale aandacht aan

(Permanente) Make-up & Visagie

advertentiemogelijkheden

Voor advertentiemogelijkheden neemt u contact op met **Mandy Sponselee**, tel. **(024) 3246146**.

Bezoek onze site:

www.debeautysalon.biz



— INTERVIEW MET CAROLINE DEN HOLLANDER, EIGENAAR VAN SKIN DEPENDENT —



Het is enige tijd stil gebleven rondom Skinnovators. Caroline den Hollander grijpt nu de kans om haar nieuwe merk onder de aandacht te brengen. “Op de achtergrond bleef ik bezig met het zoeken naar een nieuw merk om ook daar importeur en distributeur van te worden voor zowel Nederland als België. Dat is het Australische merk Alpha-H geworden. Het merk onderscheidt zich door het glycolzuur in alle producten in combinatie met (waar nodig) laaggehouden pH-waarde.”

de bijverkoop hebben staan. Je ziet, ik heb niet stil gezeten!”

Dat Caroline inderdaad een bezige bij is blijkt uit haar groeiende klantenbestand: “Enkele klanten zijn al over op Alpha-H. En dat terwijl ik nog niemand actief heb benaderd. Dit zijn degenen die mij zelf hebben gecontacteerd. Er zijn al klanten die met het merk werken en tevens klanten die binnenkort worden getraind.”

“Integriteit, effectiviteit en kwaliteit staan bij Alpha-H voorop”, vertelt Caroline. “Synthetische ingrediënten, parfum en vulstoffen worden waar mogelijk vermeden en vervangen door natuurlijke ingrediënten

wil professionele (salon)kwaliteit toegankelijk maken voor iedereen. De producten zijn dan ook heel betaalbaar. Het merk is ontwikkeld voor iedereen die de kwaliteit van zijn of haar huid wil verbeteren. Ongeacht leeftijd, huidtype, budget of levensstijl.”

De producten hebben een sterke werking en staan daarom garant voor zichtbaar resultaat. Caroline vertelt: “Alpha-H heeft de afgelopen jaren een enorme internationale fanbase opgebouwd onder dermatologen, cosmetisch artsen, schoonheidsspecialisten, beauty-journalisten en celebs.”



Naast Alpha-H is Caroline ook importeur van LashControl. Ze vertelt: “LashControl is een gepatenteerde mascara met botanische extracten dat zich kenmerkt door de ‘squeeze control’. Het wordt nu al verkocht via strictlyselected.com, een andere website die ik ben begonnen. Naast

binatie met de (waar nodig) laaggehouden pH-waarde van de producten. Ze legt uit: “Hierdoor neemt de activiteit in de diepere huidlagen daadwerkelijk toe op de plaatsen waar nieuwe huidcellen en collageen worden aangemaakt. Alpha-H verbetert de structuur, kwaliteit, dikte, teint en functie van de huid.”

“Alpha-H is ontwikkeld voor iedereen die de kwaliteit van zijn of haar huid wil verbeteren. Ongeacht leeftijd, huidtype, budget of levensstijl”

LashControl verkoopt deze website ook andere merken, zoals Natura Siberica. Daar ben ik ook agent van. Er zijn al flink wat salons die dit voor

of alternatieven. Er worden geen concessies gedaan aan de effectiviteit van de producten; ongeacht de prijs van de grondstoffen. Alpha-H

Wat volgens Caroline Alpha-H zo bijzonder maakt volgens Caroline zijn de hoge concentraties botanische en cosmeceutical ingrediënten als glycolzuur, enzymen, peptiden, vitamines en antioxidanten; in com-

Voor aanvullende informatie:
Skin Dependent B.V./
Alpha-h Nederland
Tel. (030) 2120460
www.alpha-h.nl



Awardwinner

Liquid Gold

Alpha-H heeft al een aantal award winners gepresenteerd, waaronder bestseller Liquid Gold, – ook wel ‘overnight facial’ genoemd. Het geheim van dit product is vijf procent glycolzuur en een lage pH-waarde. De huid reset zichzelf gedurende de nacht. Daarom voelt en oogt de huid ‘s ochtends ook steviger en stralender. Het heeft letterlijk een work-out gehad.



Tweede editie Beauty Live Kalkar van 22 t/m 24 november

Vorig jaar was de eerste editie van de beauty- en kappersbeurs 'Beauty Live' een groot succes. De organisatoren rekenen erop dat dit succes met de komende, tweede editie verder wordt uitgebouwd en gezien de groei van de exposantenlijst hebben zij alle redenen om optimistisch te zijn. De belangrijkste kenmerken van de beurs zijn onveranderd gebleven: deze richt zich op de volledige Duitse en de Nederlandse beauty- en kappersbranche en bezoekers worden serieus in de watten gelegd met de full service formule. Ook belangrijk om te vermelden is dat de toegang gratis is voor beauty en kappers professionals die zich vooraf registreren op de site met hun KvK-nummer.



De totale beursoppervlakte van Beauty Live bedraagt 4.000 vierkante meter. Exposanten hebben dus volop ruimte om hun nieuwste producten, diensten en trends te presenteren. Ook is Beauty Live een perfecte gelegenheid om nieuwe inspiratie op te doen, ideeën met branchegenoten uit te wisselen en uw netwerk uit te breiden.

Exposantenlijst Beauty Live 2014

De volgende leveranciers nemen als exposant deel aan Beauty Live 2014. Voor het meest actuele overzicht van alle deelnemende bedrijven gaat u naar www.messekalkar.de

	Bedrijfsnaam	Plaats	Land
1	Airbrush Design 4You	Bönen	D
2	Apa Color	Bottrop	D
3	Beauty & Bride	Den Haag	NL
4	Bemax	Hoexter	D
5	Bodyglo Vertrieb Deutschland	Monheim am Rhein	D
6	Bouraada	Ratingen	D
7	Brain-child	Burscheid	D
8	CANAILS.DE	Moers	D
9	Catherine Nail Collection GmbH	Zierenberg	D
10	Christian Breton	Mönchengladbach	D
11	Comforties.com Ltd.	Varna	S
12	ConMedes GmbH	Pforzheim	D
13	Deco Wish	Helmond	NL
14	DesignStylistin	Radevormwald	D
15	Deussl-Design-Schmuck	Oberhausen	D
16	Double Energy GmbH	Düsseldorf	D
17	Elizabet Kosmetik	Paderborn	D
18	Embron Bedrijfskleding	Middenbeemster	NL
19	EML Cosmetics	Dronten	NL
20	Falten Unterspritzung Wedemeyer HP	Melsbach	D
21	Feedback GmbH	Mönchengladbach	D
22	First Class GmbH	Eppelsheim	D
23	FriNail	Rörk	D
24	Friseur-Welten	Bottrop	D
25	Gebro GmbH	Gronau	NL
26	GRAHbani	Hagen	D
27	Gustav Baehr GmbH	Waiblingen	D
28	Haarscheren-Schleifservice Steffen	Solingen	D
29	Hayoun Vertriebs GmbH	Kranenburg	D
30	Iryna Giblett SmhB	Aachen	D
31	Iso Beauty BV	Nieuwegein	NL
32	Joop Vermoolen	Tilburg	NL
33	Konad Benelux	Valkenburg	NL
34	Ladot Cosmetics	Wormerveer	NL
35	Lash Letter Das Wimpernmagazin	Tangermünde	D
36	Lazy Lashes	Dinslaken	D
37	Maik Bartel	Dorsten	D
38	Marc Inbane Germany GmbH	Witten	D
39	Maxcamo	Beverwijk	NL
40	MBS GmbH	Schwerte	D
41	Melt Company	Veghel	NL
42	MSE The Beauty Company GmbH	Pinneberg	D
43	Nail Artists GmbH	Helmbrechts	D
44	Nova Flair GmbH	Lübbecke	D
45	Pemakür	Aalen	D
46	Pierre Lang	Rees	D
47	Pimpter	Weert	NL
48	Piotr Kadzielski Handel mit Kosmetik Produkten	Bensheim	D
49	Pokorny Ihr Saloneinrichter	Duesseldorf	D
50	Postquam Cosmetic S.L	Spanien	S
51	Profnail	Kumhausen	D
52	Pureworld GmbH	Ratingen	D
53	Pyramide Schmuck Kreation	Koblenz	D
54	Quida nail products	Vollenhove	NL
55	SaniSlim	Asten	NL
56	Shop - perfekt Neffin u. Busch GbR	Iserlohn	D
57	Simply Nails - Nail- Cosmetic	Hilden	D
58	Studio Tec	Stemwede	D
59	Sunstar	Ede	NL
60	Tanning Queen	Tilburg	NL
61	Tejita	Spanje	S
62	Toenga	Sassenheim	NL
63	Touche International Nailcosmetic	Wallmenroth	D
64	Van Ginkel v.o.f	Harlingen	NL
65	Via- Vida Cosmetics	Mönchengladbach	D
66	Vorwerk Deutschland Stiftung & Co. KG	Wesel	D
67	Walking Trading International	Heemskerk	NL
68	Wellness en Massage studio	Krommenie	NL
69	Willi Wiltschka	Unterelchingen	D
70	Wimpernwelle GmbH	Berlijn	D



GLADDE EN VOLUMINEUZE NAGEL MET
EEN PERFECTE GEL-LIKE UITSTRALING

De Gel Finish Top Coat van Mavala

De Gel Finish Top Coat van Mavala is een top coat, samengesteld uit transparante gel die een volumineuze, glanzende laag geeft met een gladde, bolle finish. Tevens vormt het een beschermende laag toe aan de manicure om de nagels te beschermen tegen vroegtijdig afschilferen of scheuren. De voordelen van een gel-like finish, zonder het gebruik van de UV lamp.

Voor bezoekers is het ook belangrijk te weten dat Beauty Live aandacht heeft voor alle verschillende segmenten op het gebied van uiterlijke verzorging. De beurs is dus interessant voor vele verschillende doelgroepen, zoals schoonheidsspecialisten, visagisten, manicure- en pedicurestudio's, wellnesscentra en ga zo maar door. Bijzondere aanvul-

lende activiteiten op de beursvloer zijn nagelwedstrijd, een modeshow met de nieuwe bedrijfskleding van Embron en trendpresentaties van verschillende merken.

Meer informatie:
Beauty Live
Tel. +49 (0)2824910124
www.messekalkar.de



Display 12 stuks €74,28 excl. BTW, Prijs per stuk €6.19 excl./€ 12.50 incl. BTW

Mavala Christmas Baubles

Naast twaalf nieuwe winterkleuren verschijnt Mavala ook met een verrassende display van kerstballen waarin een nagellakpotje zit. Leuk als kerstcadeautje of als versiering in de kerstboom.

Een kleine flacon van 5ml is goed voor tien mani- of pedicures.

Verkoopprijs display €99,- excl. BTW



Voor aanvullende informatie: Snel Import,
Tel. (071) 4081517, www.snelimport.nl



Praktische informatie voor bezoekers

Locatie: Beurs- en congrescentrum Kalkar
Adres: Griether Str. 110-120
D-475-46 Kalkar (Duitsland)
Data: Zaterdag 22 t/m maandag 24 november 2014
Openingstijden: 10.00 – 18.00 uur (maandag tot 16.00 uur)
Aantal exposanten: 70
Tickets: Gratis te bestellen via www.messekalkar.de en aan de deur
Toegang: Uitsluitend op vertoon van KvK-nummer
Inclusief: Drinkjes, warm en koud buffet, parkeren



VAKMANSCHAP, EXCLUSIVITEIT ALCINA®

In deze roerige economische tijden wil je er altijd op kunnen vertrouwen dat je geld goed besteed is. Je kiest voor zekerheid, je kiest voor kwaliteit, je kiest voor vakmanschap. Volgens de Dikke van Dale betekent vakmanschap "grote bekwaamheid van een vak". Wij van Alcina werken graag met vakmensen: ondernemers met onderscheidend vermogen, ondernemers met passie, ondernemers die hun klanten "happy" maken. Alcina onderschrijft vakmanschap, ondernemerschap en kiest daarom voor exclusiviteit. Exclusiviteit voor de vakman en vakvrouw, een keuze voor het beste advies, een keuze voor een individueel advies, een keuze voor gedegen, bruikbaar advies.

Alcina, van Duitse origine, is uniek in haar soort en biedt een kwaliteitsassortiment in huidverzorging en huidverbetering. Voor ieder huidtype en ieder individu is er een passende oplossing. Onze producten zijn met farmaceutische kennis en kunde ontwikkeld, waarbij zowel galenisch als klinisch onderzoek een belangrijke rol speelt. Last but not least bieden we een prachtige decoratieve serie: make-up met allure tegen een betaalbare prijs. Kortom, een merk voor de vakman en vakvrouw, een merk voor de ondernemer die onze passie voor het vak deelt.



ALCINA
THE GERMAN KOSMETIK

BEL OF MAIL VOOR ÉÉN VAN DE 20 KENNISMAKINGSPAKKETTEN*.
OVERTUIG UZELF ALS U DURFT!

* Samenstelling pakket in overleg

Industrieweg 1, 4181 CA Waardenburg – Tel: 0418 65 24 25 – info@alcina.nl – www.alcina.nl

ONTBIJTPRESENTATIE GUINOT OVER DE SCHOONHEID VAN MORGEN

Guinot: genot voor de huid

Op dinsdag 7 oktober schoof de redactie van vaktijdschrift De Beautysalon aan bij de ontbijtpresentatie van Guinot. In patisserie Pompadour aan de Huidenstraat te Amsterdam werden we ondergedompeld in de wereld van Guinot en waren we getuige van de succesvolle Hydradermie-behandeling. Een dubbele ionisatie-behandeling die grote sterren als Brad Pitt met regelmaat ondergaan...



Het ontbijt in Patisserie Pompadour werd afgesloten met goodiebags

Onder het genot van sandwiches vertelden de prachtige dames van Chronique Cosmetique – Ine en Anouk Geurts en Antoinette Top-Sanders – ons alles over het merk Guinot, het 'Eclat Lifting'-masker en natuurlijk de Hydradermie-behandeling. Dit is naar eigen zeggen een ware revolutie op het gebied van esthetiek.

Cosmetica op recept

Ine Geurts sprak over het ontstaan van Guinot. Ze vertelde dat oprichter René Guinot scheikundige, bioloog en arts was en in 1963 het eerste huidapparaat ontwikkelde dat gebruik maakte van galvanische stroom. Daarnaast creëerde hij een uitgekiende schoonheidsprocedure op verzoek van zijn vrouw die schoonheidsspecialiste was.

Deze procedure kreeg de naam Hydradermie. Dankzij de positieve mond-tot-mondreclame van haar cliënten uit de high society kreeg de behandeling van Guinot een hele prestigieuze reputatie.

De kwaliteit van de sterk gespecialiseerde behandelingen van Guinot blijft behouden door de veeleisende visie van de huidige CEO Jean-Daniel Mondin. Hij is ervan overtuigd dat een schoonheidsproduct alleen voldoening geeft als het beantwoordt

Carla Begeer van BienPr (tweede van links), eigenaresse Willie Swaan (middelen) en medewerker (links) van de beautysalon en moeder en dochter Ine en Anouk Geurts van Chronique Cosmetique (uiterst rechts) ▼



De salon 'Beautés de la Nature' in (hoe toepasselijk) de Huidenstraat

aan de schoonheidsdoelen van de consument. Daarom pleit hij voor 'cosmetica op recept'. Hierbij wordt een farmaceutische aanpak gecombineerd met de cosmetische industrie. "Er is pas sprake van kwaliteit als de productie op lange termijn betrouwbaar en regelmatig is. In het productieproces bepalen traceerbaarheid, zuiverheid en regelmatigheid dan ook de kwaliteit van het product", aldus Jean Daniel Mondin.

Rolls Royce onder de behandelingen Antoinette sloot de ontbijtsessie af door onder andere te vertellen over de succesvolle hydradermie-behandeling van Guinot. Dit is een dubbele ionisatie-dieptebehandeling die volgens Guinot 'de schoonheid van de slapende huid wakker maakt'. Het werd al snel Guinots nummer één salonbehandeling en dat is het nog steeds. Na de uitleg van Antoinette waren we getuige van deze succesvolle behandeling in beautysalon 'Beautés de la Nature' van Willie Swaan. Voorafgaand aan de behandeling vertelde Willie dat Brad Pitt enkele jaren geleden – onder een schuilnaam – een afspraak maakte in haar salon voor deze 'Rolls Royce' onder de behandelingen. "Ik herken- de hem niet bij binnenkomst, maar

mijn collega viel meteen in katzwijn. Zij heeft Brad Pitt de behandeling gegeven en mocht achteraf fooi in ontvangst nemen. Het briefje hangt nu ingelijst boven haar bed", vertelt Willie.

De hydradermie-behandeling

Na de leuke anecdote startte Antoinette de behandeling. De huid werd eerst gereinigd met rollers die het ionisatieproces ondersteunen en de specifieke gels activeren. Daarna ontwaakt de huid onder het getintel van een hoge frequentie-lamp. Vervolgens vindt er een extra stimulan- s voor de spieren plaats. Dit element is later aan de behandeling toegevoegd en bezorgt het gezicht een zogenaamde 'bodybuilding sessie': de Hydradermie-lift. De belangrijkste spieren worden met precisie bewerkt om de contouren te hermodelleren en het gebied rondom de ogen te revitaliseren. Als sluitstuk vinden er vijftien minuten van 'pure well-being' plaats door een massage van de schoonheidstherapeut.

Voor aanvullende informatie:

Chronique Cosmetique
Tel. (0493) 440210
www.chronique.nl



Automatisering is niet direct een onderwerp dat zeer geliefd is bij schoonheidsspecialisten. Dat is jammer, want salons die over een gestroomlijnd softwaresysteem beschikken staan volop extra mogelijkheden ter beschikking om hun bedrijf verder te ontwikkelen. Om die reden is automatiseringsspecialist Patrick Klappe (directeur B&F Groep) columnist van vaktijdschrift De Beautysalon. Rode draad in de column zijn de talrijke nieuwe mogelijkheden op het gebied van salon-automatisering en de vraag hoe automatiseringssystemen kunnen bijdragen aan een beter rendement.

Er moet nog een gaatje gedicht worden in de landsbegroting en daar is een mogelijkheid voor gevonden. Namelijk de afschaffing van het lage btw-tarief. Wanneer je dat doet voor alle goederen en diensten die nu onder het lage tarief vallen, levert dat zo'n tien miljard euro op.

Los van deze enorme extra opbrengst, levert het ook een besparing op in het extra werk dat voortkomt uit btw-verschillen. Deze besparing wordt becijferd op een slordige honderd miljoen euro.

Nu hoor ik u denken: "Dat kan niet, dat mag niet, want dan hebben we een probleem." Dat klopt, echter het probleem is ongelijke concurrentie met zwartwerkers, beter bekend als onze beunhazen. Het verschil met hen zou dan op prijs gemakkelijker groter worden, met als mogelijk gevolg banenverlies.

Echter als je probeert op iets meer afstand naar deze zaak te kijken, is het volgens mij toch anders. Over het probleem zijn we het snel eens, maar wat mij betreft is het lage btw-tarief daarvoor geen echte, noch een eerlijke oplossing.

Hoe leg je aan een metselaar die duizend stenen per dag weglegt uit dat zijn werk belast wordt met 21 procent en dat van u met zes procent omdat uw werk arbeidsintensief is? Dat van hem niet? Werk je in een gemengd beautybedrijf met kappers en schoonheidsspecialisten, is dat van u met zes procent belast en dat van uw collega met 21 procent? Ben je toevallig een konijn dan is je voer belast met zes procent en heb je de pech dat je een cavia bent, moet je 21 procent aftikken. Koop je een E-book op CD of memorstick dan betaal je zes procent, maar download je dit zelfde E-book betaal je 21 procent. Snapt u het nog?

Alle geleerden zijn het trouwens wel redelijk met elkaar eens. Ongelijke btw-tarieven verstoren de markt en daarmee de economie. Ooit is het bedacht (zeker bij eerste levensbehoeften) om inkomens meer gelijk

te houden, maar ook dat argument gaat niet meer op. Rijk profiteert net zo hard als arm van een lage btw. Bovendien, wat zijn nog eerste levensbehoeften? Ik denk dat als je vandaag de dag iemand vraagt te kiezen voor zeven dagen eten en geen mobiele telefoon, of zes dagen eten en wel een mobiele telefoon, de keuze snel gemaakt is in het voordeel voor een dagje lijnen.

Terug naar het probleem. Dat gaat namelijk niet over het konijn, noch over de cavia, maar over de beun-

tegen de leegstand van bedrijfspanden en prettig voor de burens. Treedt vervolgens hard op tegen garagebox-overtreders. Loonkosten: verlaag met een deel van je btw-opbrengst het werkgeversdeel van de loonkosten en een stuk inkomstenbelasting. Ofwel maak arbeid minder duur. En als je dan toch bezig bent, ook meer flexibel. Resultaat: een eerlijk speelveld – en een speelveld dat uitstekend is voor de werkgelegenheid. Mijn advies: durf een cavia te zijn en ga voor de aanpak van het echte probleem!

Bent u liever een cavia of een konijn?

haas. Dat aanpakken zou toch slimmer moeten kunnen. Huisvesting: stop met het accepteren van een nieuwe KvK-inschrijving op een pand met als gemeentebestemming wonen. Iets wat je direct in het kadaster kan controleren. Dat is goed

Reageren op deze column is mogelijk door een e-mail te sturen naar pklappe@bnfgroep.nl of te bellen naar B&F Groep in Oss, tel. (0412) 629111. Aanvullende informatie is ook beschikbaar op bnfgroep.nl

PETIT CADEAU MAAKT HET GEVEN VAN EEN PRESENTJE NÓG LEUKER

Zin in een feestje?

Iedereen is dol op cadeaus. Het krijgen van een presentje voelt als een feest en is dat ook. Als ondernemer zet u een stapje meer voor uw klanten. De klant is immers koning. Het geven van een cadeau maakt die extra inzet juist tastbaar. Bovendien vestigt u op deze originele manier de aandacht op uw bedrijf, product of dienstverlening.

Petit Cadeau maakt het geven van een presentje nóg leuker. Zo kunt u kiezen voor exclusieve cadeaudozen en lipbalsem in een doosje met aloë vera.

Voor aanvullende informatie:
Petit Cadeau par Jeanette
Tel. (076) 593 4661,
www.petitcadeau.nl



Lipbalsem in doosje met aloë vera €1,95



Cadeaudoos €9,90

— CENZAA SLAAT BRUG TUSSEN CRÈMES OP RECEPT EN COSMECEUTICALS —

Het PCN2®-systeem van Cenzaa

Het nieuwe PCN2®-systeem van Cenzaa zet naar eigen zeggen de volgende stap in cosmetica. Het is een nieuwe manier van samenstellen, oplossingsgericht en zonder bijwerkingen. De Cenzaa-producten werken hierdoor veel dieper door in de huid en zorgen voor een intensievere huidverbetering.



Veel dermatologen zijn van mening dat een vrij verkrijgbare crème niet veel meer doet dan de huid hydrateren. Dit in tegenstelling tot producten die je op doktersrecept kunt verkrijgen. De werkelijkheid ligt volgens Cenzaa iets genuanceerder. Tussen vrij verkrijgbare producten en medicinale crèmes zitten volgens het merk twee varianten: cosmeceuticals en nog beter: het PCN2®-systeem.

Crèmes op recept

Producten die de dermatoloog voorschrijft bevatten stoffen die de werking van de verschillende huidcellen krachtiger beïnvloeden. In principe zijn deze stoffen gericht op het tegengaan van ziekten en het herstellen van de normale functies van de huid, maar dat niet alleen. De crèmes kunnen ook bijwerkingen geven bij hoge doseringen. Daarom zijn deze producten alleen op recept verkrijgbaar bij de apotheek.

Huidverzorgingsproducten

Gangbare cosmetica waaronder

crèmes, serums, reinigers en maskers werken met name op de opperhuid. Een mild product van een goede kwaliteit kan de conditie van de opperhuid verbeteren. Het resultaat is een zachte, meer glanzende en veerkrachtigere huid. Deze producten werken echter vaak niet diep in de huid.

Als eerste ter wereld

Cosmeceuticals doen veel meer dan de gangbare cosmetica die vrij verkrijgbaar is. Cosmetica-producten met cosmeceuticals werken dieper in de huid en zorgen daarmee voor intensieve huidverbetering. Hierdoor wordt er een brug geslagen tussen de gangbare cosmetica en crèmes op recept. In samenwerking met vooraanstaande laboratoria – een team van farmaceuten, dermatologen en huidtherapeuten – ontwikkelde Cenzaa het PCN2®-systeem. Deze revolutionaire uitvinding is geli-

eerd aan de medische wetenschap. Gepatenteerde formules in ongekend hoge concentraties zijn in elk Cenzaa-product verwerkt en hebben een bijzondere werking met bewezen effecten. Het PCN2®-systeem zorgt voor een structurele verbetering van de gezondheid en schoonheid.

Schoonheid vanbinnen en vanbuiten
Het PCN2®-systeem is een nieuwe manier van samenstellen die dicht tegen de crèmes op recept aan zit. Zonder de bijwerkingen en oplossingsgericht. Dit systeem zorgt voor schoonheid vanbinnen en vanbuiten. De huid is immers de spiegel van de binnenkant.

Technologische verpakking

Bij de meeste cosmeticamerken zijn de crèmes verpakt in een pot met schroefdoop. Helaas verliezen veel werkstoffen hierdoor binnen 24 uur hun werking. Om die reden zijn de geavanceerde skincare-producten van Cenzaa verpakt in een technologisch 'bag in bottle'-systeem. Deze zuurstofdichte afsluiting behoudt de zeer hoge concentratie PCN2®-werkstoffen en garandeert de kwaliteit en het maximale resultaat tot op het hoogst haalbare niveau.

Door de resultaatgerichte huidverbetering herstelt Cenzaa met de PCN2®-formulering de huid in een recordtempo.

Voor aanvullende informatie:
Cenzaa Nederland
Tel. (074) 2783500
www.cenzaa.nl



Professionele producten
met een plus.



Onze pluspunten:

- + Hypoallergeen
- + Allergeenvrij geparfumeerd
- + Vrij van minerale oliën
- + Vrij van tarwekiemolie (i.v.m. glutenallergie)
- + Vrij van parabenen
- + Voorzien van een zonnefilter (alle dagcrèmes)
- + Dierproefvrij

Nouvital Cosmetics is een innoverend en uitgebreid cosmeticamerk voor de schoonheidsspecialist en ook opleidingsinstituut. Alle producten zijn samengesteld volgens de nieuwste wetenschappelijke inzichten en ontwikkelingen op cosmetisch gebied, e.e.a. geheel conform de Europese richtlijnen. Onze producten bevatten voornamelijk werkstoffen van natuurlijke oorsprong.



Alle Nuvital producten worden volledig in Nederland geproduceerd. Voor meer informatie: www.nouvital.nl

Skin Care Solutions
by Nouvelle Beauté



OXYBio² Light Therapy, nieuwste innovatie waarbij led lichttherapie en pure zuurstof elkaar versterken, ontwikkeld door Nora Bode OXYjet. Rood, oranje, groen, blauw en wit licht zijn individueel of met elkaar te combineren ter behandeling van huidproblemen. Gedurende de behandeling stroomt gelijktijdig vitaliserend en verfrissende geconcentreerde zuurstof in de OXYBio² Light kap waarbij een zuurstof-licht belevenis ontstaat voor schoonheid van binnen en buiten. Ervaar deze unieke beauty experience.

OXYBio² Light Therapy
nu met
10% introductiekorting
voor **€1795,-**



Apparatuur vanaf
€ 6.990,-

Voor meer informatie neem contact op met Suzanne Tomann, info@skincare-solutions.nl/www.skincare-solutions.nl of 045 5350417



Als ik als 'Gooische vrouw' de Cornelis Schuytstraat van Amsterdam inrijd, realiseer ik me weer dat Laren niet zaligmakend is, wat is dit een gezellige straat! Het zonnetje schijnt en de terrasjes zitten vol goed uitzijnde mensen. Nadat ik mij van mijn auto heb verlost, wandel ik naar de winkel van mijn vriendin Sheila de Vries. Ik kijk eerst even in de etalage. Een waanzinnig mooie

ter de naaimachine te vinden. Een getalenteerde modeontwerpster was geboren! Nadat ze haar school had afgemaakt ging ze aan de slag bij Tonny Waagemans. Daar leerde ze het vak in de praktijk.

Eigen bedrijf

"Na twaalf jaar bij Tonny was ik klaar voor een nieuw avontuur. Ik wilde mijn eigen bedrijf begin-

Betty de Groot is eigenaar van Nannic Cosmetics. Ze is een innemende, ambitieuze vrouw die andere vrouwen graag een hart onder de riem steekt. In haar netwerk bevinden zich vele bekende Nederlanders. Iedere twee maanden spreekt Betty met een BN'er. Ze stelt levensvragen, vraagt naar beautygeheimen en de dagelijkse bezigheden. Deze keer spreekt Betty met modeontwerpster Sheila de Vries.

in de roos. Iedereen was er: Frank Sinatra, de hele cast van de populaire tv-series Dallas en Dynasty, noem maar op! Terwijl de gasten mijn ontwerpen droegen, werden ze geïnterviewd door Henk die daar vervolgens zes keer over schreef. Missie geslaagd, ik was in één klap bekend! Mijn pret-a-porter collectie werd in grote aantallen in Hong Kong gemaakt. Het was een enorm leuke tijd."

Mijn twee mannen

"Na 11 september 2001 zakte de Amerikaanse handel in en ging ik weer aan de slag in Nederland. Ik had dit natuurlijk nooit alleen gekund. Ik heb een geweldige man die altijd meewerkt. We zijn veertig jaar samen en echte maatjes. Hij doet het wat rustiger aan en die ruimte wordt op natuurlijke wijze ingevuld door mijn andere grote liefde: mijn zoon!" De zoon van Sheila is duidelijk erfelijk belast want ook

straks mijn pret-a-porter-collectie en daar ben ik heel trots op. De kwaliteit van de stoffen is geweldig en het ziet er echt prachtig uit. Weet je, ik ontwerp niet voor een modeshow waarvan iedereen zegt: 'wat mooi en apart', maar niemand die het wil dragen. Ik wil mijn ontwerpen gedragen zien worden door modebewuste vrouwen."

Vragen naar de bekende weg

Ik móet Sheila de prangende vraag stellen: hoe blijf je toch zo mooi?! Sheila kijkt me aan en zegt lachend: "Nou Bets, dat zal ik je vertellen. Ik gebruik Nannic huidverzorgingsproducten en ik kom regelmatig bij je in de salon voor de Nannic radiofrequentie-behandeling. Mijn geheim is jouw Supersonic. Hierdoor zie ik er lekker bruin uit." Ik kijk haar tevreden aan, want ze spreekt de waarheid, ze gebruikt écht mijn producten en ik ben er trots op!

"Hoe blijf je toch zo mooi?!"

jurk trekt direct mijn aandacht en ik weet dan ook niet hoe snel ik naar binnen loop om meer te zien. Sheila komt me hartelijk verwelkomen. Ze is een stralende leeftijdloze, stijlvolle vrouw. Er hangt hier geen sfeer van interessant-doenerij en verkopers die kritisch naar je kijken. U herkent vast wel wat ik bedoel...

Van je hobby je werk maken

Sheila de Vries heeft van haar hobby haar werk gemaakt. Als negenjarig meisje wist ze al wat ze wilde dragen, maar in de winkels vond ze nooit wat ze zocht. Haar tante was coupeuse en omdat Sheila vol ideeën zat, leerde haar tante haar hoe ze zelf kleding kon maken. Sheila leerde ontwerpen en was altijd ach-

ten", vertelt Sheila. Ze begon 33 jaar geleden haar eerste boetiek en weet als geen ander wat zelfstandig ondernemen is. "Ik heb twee crises overleefd en weet me prima overeind te houden. Als het economisch minder gaat moet je echt aanpakken en inventief zijn. In 1976 bijvoorbeeld ging het hier in Nederland erg slecht. Mijn man en ik besloten dat er iets moest gebeuren. Een relatie van mij opende een enorm hotel in Palm Springs en ik bedacht me geen moment. Ik stelde voor om een modeshow te verzorgen tijdens de Grand Opening. Dat vond hij een leuk idee. Onmiddellijk belde ik Henk van der Meyden op met de vraag of hij er een reportage van wilde maken. Het bleek een schot

hij is het modevak ingegaan. Hij ontwerpt een succesvolle leercollectie voor heren. "Ik ben heel trots op mijn zoon en voel me een gezegend mens met deze twee mannen om me heen."

Volgende uitdaging

"Ik kijk nooit achteruit, dat vind ik niet interessant. Vooruitkijkend zie ik kansen, uitdagingen en mogelijkheden. Zo ben ik begonnen aan een nieuw project: een samenwerking met Prominent meubelen. Voor hen ontwerp ik banken en stoelen. Interieurdesign heeft me altijd aangesproken en nu komt een grote campagne aan. Daarnaast ben ik bezig met de vierde collectie voor Witteveen. In 104 winkels hangt

Ondertussen komt er een klant binnen. Ook zij wordt hartelijk ontvangen en krijgt op een fijne manier de aandacht die ze verdient. De klant koopt een avondjurk zonder mouwen. Dat is leuk als je jong bent, maar rond de vijftig ziet het er gezellig uit als je er een mouwtje overheen hebt, toch? Sheila heeft de oplossing: Door een prachtig mouwstola tovert ze de jurk om tot een prachtige avond outfit. Leuk om een professional aan het werk te zien.

Ik zoek mijn spulletjes bij elkaar, neem afscheid en nadat ik van Sheila drie zoenen heb gekregen, loop ik goedgehumeurd naar buiten. Ik kan u van harte aanbevelen daar eens binnen te lopen. Echt waar!

“Alles en iedereen heeft iets moois, het is de taak van een fotograaf om dat ‘moois’ te vinden en te accentueren”

Ivo Rikkert is een fotograaf die gespecialiseerd is in advertising, fashion, beauty en haar. Hij studeerde aan de Art Academy in Den Bosch en de AKI Art Academy in Enschede. Zijn loopbaan begon als assistent-fotograaf en later ging hij aan de slag als freelancer voor verschillende studio's. In 2002 besloot hij het groter aan te pakken en ging fulltime aan de slag vanuit zijn eigen studio. Die aanpak werpt zijn vruchten af. Zijn eerste opdracht was meteen een campagne in Vogue, niet de minste publiciteit die je als fotograaf kunt wensen..

Op de vraag waar Ivo zijn inspiratie vandaan haalt, antwoordt hij: “Ik ben blij dat ik de jaren tachtig heb meegemaakt en zie die periode als vernieuwend en daar houd ik van. De gekheid en het lef typeren die jaren, ze inspireren me nog steeds. Daarnaast kijk ik veel in tijdschriften. Er zijn ook enkele fotografen die mij inspireren zoals Albert Watson, Sante D'orazio en Steven Lyon. Ze hebben ieder een andere identiteit, maar zijn tegelijkertijd allemaal klassiek en analoog. Ze gebruiken oude trucjes en niet het gladde computerwerk. Hoe langer ik dit werk doe, des te meer kom ik erachter dat ik deze inspiratiebronnen dichter bij elkaar weet te brengen. Er komt steeds meer echtheid in. Ik probeer door middel van illusie en fantasie het beoogde beeld optimaal weer te geven. Doordat ik een goed beeld heb van welke houdingen bij welke sfeer passen, hoef ik minder te bewerken en zijn mijn foto's meer echt.”

Dat klinkt alsof de invulling van de opdracht van te voren al vaststaat. “Een goede foto maken doe ik natuurlijk niet alleen. Er is altijd een team van visagisten en stylisten aanwezig die het totaalplaatje perfect maken. Ik ben erg kritisch en een perfectionist. Alles en iedereen heeft iets moois, het is de taak van een fotograaf om dat ‘moois’ te vinden en te accentueren. Natuurlijk moet het eindresultaat wel naar de wens van de opdrachtgever en mijzelf zijn.”

Beauty

“Als ik fotoreportages moet maken voor beautyproducten heb ik de keuze tussen twee mogelijkheden: op locatie of in de studio. Bij locaties denk ik al snel aan exotische, Italiaanse, Middellandse zee sferen. Die kunnen de look-and-feel van het product soms nog meer versterken. Locaties zijn prachtig maar soms past het niet bij het product omdat het teveel afleidt van het product, dan is een shoot in de studio beter. Dit is met name geschikt voor producten die heel ‘clean’ en fris moeten ogen of wanneer het alleen om het product gaat en er dus enkel packshots moeten worden gemaakt. Dankzij mijn ervaring in de productfotografie kan ik aan veel verschillende vragen voldoen.”

Voor aanvullende informatie: Ivo Rikkert

Tel. (06) 18524502

www.ivorikkert.com



Credits:

Make-up artist: Darien Touma

Hairstyling: Maikel Assink

Model: Marie Claire Sulley

Make-up artist: Nicole Post ▲

Make-up artist: Mariska de Jong

Model: Nadeche de Zwart ►

HET DAGELIJKS LEVEN VAN DE GEVOELIGE HUID WORDT AANGENAMER

Sothys bewijst de krachten van Eau Thermale Spa™



Dankzij alle mooie beautymerken komt de redactie op veel mooie plekken. Ook Sothys pakte flink uit. Op maandag 29 september waren we van harte welkom in Jachtslot de Mookerheide te Molenhoek. Een prachtige omgeving die perfect aansluit bij de beleving van het merk. Niet zo verwonderlijk dat Sothys op deze plek een salon opent. De gehele dag was tot in de puntjes verzorgd en we genoten van alle nieuwe ontwikkelingen die het merk in petto heeft. Aan Sothys-nieuws ontbrak het niet...

De dag stond in het teken van de gevoelige huid met de nieuwe professionele behandeling en bijbehorende producten. Daarnaast werden ook de nieuwe seizoensbehandelingen en de najaarsmake-up geïntroduceerd.

Gevoelige huid

Volgens Sothys heeft zestig procent van de vrouwen een gevoelige huid. De Eau Thermale Spa™ kan het dagelijks leven van iedere gevoelige huid gemakkelijker maken. Het licht gemineraliseerde, zuivere water heeft een pH-waarde die lijkt op die van de huid. Hierdoor kan het bijdragen aan de blokkering van de epidermische receptoren die verantwoordelijk zijn voor het gevoel van pijn en jeuk op het huidoppervlak. Door deze receptoren te blokkeren, helpt Eau

Thermale Spa™ de huid weer in balans te brengen. Met een professionele behandeling in de cabine en een serie van vijf persoonlijke producten voor thuis wordt het dagelijks leven van de (tijdelijke) gevoelige huid aangenamer gemaakt.

Behandeling

Laat de cliënten met de meest gevoelige huid het plezier en de doeltreffendheid van een professionele behandeling in de cabine (her)ontdekken. Deze begint met een milde reiniging met de Lait en Lotion peaux sensibles. De volgende stap is de 'Masque Nettoyant Douceur'. De romige textuur van dit product is mild en fris. Het verwijdert onzuiverheden en laat de huid weer stralen. Het Sérum Ultra-Apaisant Express

is licht als gel en zacht als crème. Het helpt ieder gevoel van ongemak onmiddellijk te verzachten. De romige en smeltende modelage-crème volgt na het serum. Deze is verrijkt met hydraterende en kalmerende actieve bestanddelen, helpt de huid te regenereren en haar bronnen weer op peil te brengen. Afsluitend wordt het Masque Hydra-Apaisant aangebracht. Dit masker is samengesteld om de barrièrefunctie te optimaliseren en de huid weer prettig aan te laten voelen. De porseleinen massagelepels zorgen voor modelage. Als beschermende finishing touch wordt de behandeling afgesloten met het aanbrengen van de Crème of de Fluide die is afgestemd op de behoefte van de huid. Met deze behandeling voelt iedere gevoelige huid binnen vijftig minuten weer comfortabel en kalm aan.

Persoonlijke producten

Om het dagelijks leven van de gevoelige huid makkelijker te maken, heeft Sothys vijf persoonlijke producten ontwikkeld. Deze parfümvrije, hypoallergene nieuwe serie bevat formu-

les die perfect zijn afgestemd op de kwetsbaarheid van de huid. Het bestaat uit een milde 2-in-1 reiniger (Eau Démaquillante Micellaire), de Crème Veloutée Apaisante, de Fluide Fondant Apaisant, een SOS-serum en een masker (Masque Nutri-Apaisant).

De kunst van het stralen

Marlyns Stradmeijer sloot de dag af met een inspirerende sessie die de naam 'De kunst van het stralen' draagt, naar haar gelijknamige boek. Ze liet alle aanwezigen ervaren hoe het is om complimenten te geven en te ontvangen, hoe om te gaan met negatieve energie (van klanten) en hoe je datgene kunt vinden wat jou als persoon laat stralen. Door met deze sessie af te sluiten, eindigde de dag boordevol energie. Iedereen had zin om aan de slag te gaan met datgene waar we allemaal van gaan stralen: Sothys.

Voor aanvullende informatie:

Sothys Nederland B.V.
Tel. (0182) 381005
www.sothys.nl





High end
organic formulas
that work
for you

www.absolution.nl

absolution

Creative Apothecary

Absolution La Crème du Teint

Make-up en huidverzorging in één

Afgelopen! U hoeft nooit meer te kiezen, nooit meer te verdwalen in het oerwoud van BB-, CC-, DD-crèmes. Wilt u een perfecte teint, uw huid verzorgen en meteen beschermen tegen de zon en vervuiling... dit alles en tegelijk een zeer natuurlijke uitstraling behouden? Dit is precies de missie van La Crème du Teint van Absolution, biologische make-up en anti-aging huidverzorging in één.



Deze exclusieve beschermende, antioxiderende en kalmerende cocktail bevat alles wat nodig is om te pronken met een stralende, egale teint. Tegelijkertijd beschermt La Crème du Teint uw huid tegen de schadelijke effecten van zon en vervuiling. De biologische crème is verrijkt met helende en regulerende tamanu-olie, ontgiftende en kalmerende groene thee, beschermende thermus thermophilus en activerend helichrysum hydrolaat. Gecombineerd met de gunstige eigenschappen van aloë, het 'wonder van de natuur', dat niet minder dan 80 voedingsstoffen bevat.

Cosmetische revolutie

Noem het een revolutie. Een verademing. Een nieuwe benadering van schoonheid. Eén ding is zeker: het Franse cosmeticahuis Absolution is verrassend anders. Zowel qua uiterlijk als inhoud. Minimalistisch. Individueel. Biologisch. Zo puur als de natuur zelf. Nu ook verkrijgbaar in Nederland, bij de betere cosmeticspecialist.

Absolution is 100% parabeen-, peg- en ftalaatvrij, zonder synthetische kleurstoffen en parfum. Om de ecologische impact te minimaliseren worden alle producten geproduceerd in Frankrijk. Gecertificeerd volgens het ECOCERT-referentiesysteem dat beschikbaar is op <http://cosmetics.ecocert.com>.

NIEUW: OXYBIO² LIGHT THERAPY

Verjongend licht met pure zuurstofinhalatie



Prijzen van de apparatuur zijn v.a. € 6990,-

Non-invasief, veilig en pijnloos. Dat zijn belangrijke eisen als het gaat om huidverjongende behandelingen. Het Duitse bedrijf Nora Bode Kosmetik is al twintig jaar marktleider op het gebied van zuurstofapparatuur en grondlegger plus uitvinder van het gepatenteerde zuurstofdruksysteem OXYjet. Deze organisatie introduceert nu een nieuw innovatie: OXYBio² Light Therapy.

Er is veel onderzoek gedaan naar het effect van licht. Het regelt namelijk veel processen in het lichaam: het stimuleert de stofwisseling, het hormonale evenwicht en het immuunsysteem. Zuurstof zorgt op zijn beurt weer voor een toename van de celdeling en de vernieuwing van de cellen. Een gebrek aan zuurstof veroorzaakt

een grauwe, valse teint en versnelt het verouderingsproces. Reden genoeg om beide 'beautifiers' te combineren.

Tijdens de Bio² Light Therapy worden vier verschillende golflengtes toegepast – variërend tussen 470 en 620 nm. Alle kleuren zijn individueel te selecteren en combineren:

van blauw tot groen, oranje en rood. De lichtstralen dringen tot tien millimeter diep in de huid door en richten zich op verschillende huidproblemen, afhankelijk van de golflengte. Er zijn meerdere positieve effecten waar te nemen met het gebruik van de OXYBio² Light Therapy:

- Verbetering van de bloedcirculatie
- Stimulans van het metabolisme van de huid
- Activatie van het immuunsysteem
- Vermindering van ontstekingen
- Vermindering van pigmentvlekken
- Kalmering van een gevoelige huid

Gedurende de lichttherapie stroomt er een vitaliserende en verfrissende luchtstroom naar de kap van de Bio2Light. Hierdoor ontstaat er een zuurstofrijke lichtkoepel die de schoonheid en het welzijn van binnen en van buiten behandelt. De pure zuurstof bevordert het herstelproces na intensieve behan-

delingen, de celdeling en celvernieuwing en werkt antibacterieel.

Met de OxyBio² Light Therapy verminderen niet alleen huidproblemen. De huid wordt tevens steviger, krijgt een mooiere, egale teint en ziet er jonger uit. Het is een mooie aanvulling op de bestaande zuurstofapparatuur OxyJet Leo Basic, Cool en De Luxe. De therapie kan worden gecombineerd met een breed scala aan zuurstofbehandelingen waarbij de cliënt nog twintig minuten intensief behandeld kan worden naar gelang het huidprobleem. Daarnaast is de korte OXYBio² Light een optie. Dit is een diverse, intensieve behandeling van dertig minuten.

Heeft u zuurstofapparatuur en wilt u uitbreiden met de OXYBio² Light Therapy? Informeer naar de mogelijkheden.

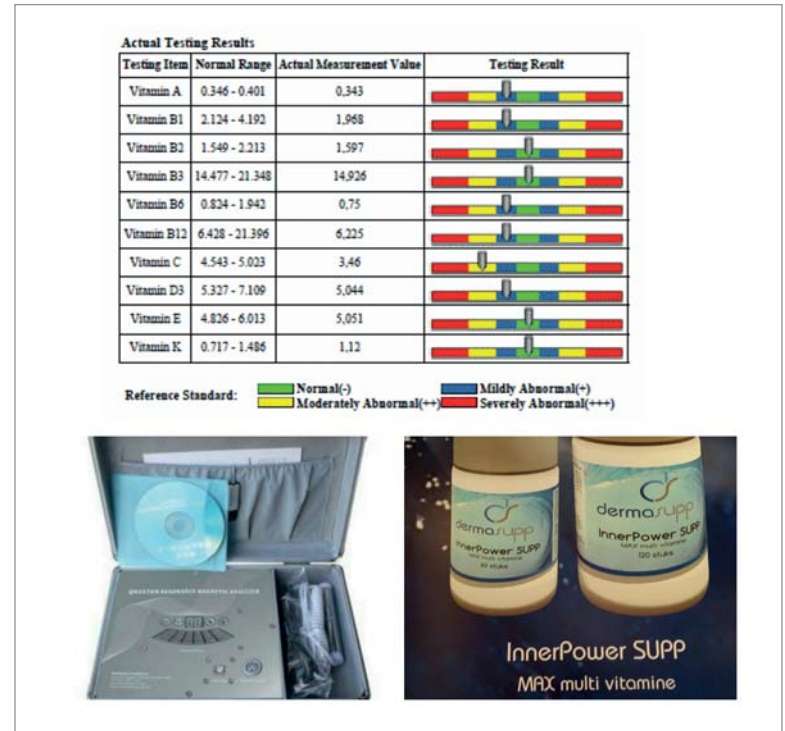
Voor aanvullende informatie:
SkinCare Solutions
Tel. (045) 5350417
info@skincare-solutions.nl
www.skincare-solutions.nl

▼ OXYBio² Light Therapy tijdelijk met introductiekorting á € 1795,-



B & W COSMETICS GEEFT GEHOOR AAN BEHOEFTE VAN CONSUMENT

Combinatie dermaOXY en dermaSUPP groot succes



De zuurstofbehandeling van dermaOXY blijft zich bewijzen. De combinatiebehandeling van hyaluronserum en zuivere zuurstof geeft direct een liftend effect. De behandeling wordt als zeer aangenaam ervaren en het direct liftende effect als heel bijzonder. De verzorgingscrèmes voor thuisgebruik sluiten naadloos aan bij de ondersteuning van het liftend effect dat dermaOXY bereikt. De machine is robuust en betrouwbaar, vraagt geen bijzonder onderhoud en is gemakkelijk in gebruik.

Het gehele dermaOXY-assortiment wordt ontwikkeld en geproduceerd in Denemarken. Het product blijft zich keer op keer bewijzen. De uitstekende kwaliteit en betrouwbaarheid maakt dat consumenten zeer tevreden zijn. B&W Cosmetics ontving veel positieve reacties op het RTL4-programma 'Life is Beautiful'. De programmamakers waren op zoek naar een innoverend en onderscheidend product en kwamen bij dermaOXY uit. Zij zijn niet de enige, veel consumenten weten de weg naar salons te vinden via de 'salonfinder' op de dermaOXY-website.



De serums zijn van uitstekende kwaliteit en de verzorgingscrèmes voor thuisgebruik zijn uitermate fijn en

doeltreffend. Alle crèmes hebben een airless-verpakking. Hierdoor blijft de kwaliteit gewaarborgd. De face wash – een zeer zachte maar toch sterke cleanser – en de scrub peeling zijn tevens verkrijgbaar, zowel als salonverpakking als voor thuisgebruik.

De combinatie met dermaSUPP
Huidverbetering van binnenuit. Dat is waar dermaSUPP voor staat. Honderd procent natuurlijke ingrediënten die bijdragen aan huidverbetering. De voedingssupplementen van dermaSUPP zijn van een hoogwaardige kwaliteit. Ze maken het verschil als het gaat om het verbeteren van de huidconditie. Om te zien waar de aandachtgebieden per persoon liggen, maakt dermaSUPP gebruik van een bioresonantiemeter. Dit meetinstrument vergelijkt verschillende periodes en toont vervolgens aan dat de werking van dermaSUPP voedingssupplementen zeer effectief is. Uiteraard is de bioresonantie-meter beschikbaar voor een zeer aantrekkelijke prijs.

Compleet

Om meer te bieden dan alleen de dermaOXY en dermaSUPP, heeft B&W Cosmetics ook een gratis webshop voor hun klanten ontwikkeld. Deze webshop wordt geheel in stijl van de salon gemaakt. Het werk en de afhandeling wordt door de distributeur verzorgd. De klanten moeten dus geen extra voorraad aanhouden

en ritjes naar het postkantoor zijn niet nodig. Het gehele logistieke proces wordt uit handen genomen.

Voor aanvullende informatie:

B&W Cosmetics
Tel. (078) 7501741
info@bw-cosmetics.nl
www.dermaoxy.nl



Moderne beautyapparatuur en bijzondere service kenmerken IPL Service Nederland

IPL Service Nederland is gespecialiseerd in de reparatie en vervanging van IPL- en laserlampen. Daarnaast kunt u er terecht voor reparatie, onderhoud en de verkoop en inkoop van beauty-apparatuur zoals IPL, laser, microdermabrasie, cavitatie en cryo-apparatuur. Dit artikel geeft u meer inzicht in het aanbod en de kennis en kunde van het bedrijf uit Hoevelaken.

Wanneer u werkt met beautyapparaten en deze defect raken, zit u vaak weken zonder het benodigde apparaat. IPL Service Nederland biedt de oplossing met het Beauty Garant Plan. Het geeft de zekerheid van een goed onderhouden apparaat, gratis leen-apparatuur bij gebreken en geen onderzoeks- of reparatiekosten. Beautyapparaten die niet bij IPL Service Nederland zijn gekocht, worden toch onderhouden en gerepareerd. Er is zelfs een 24 uur dienst. Naast het verlenen van uitstekende service, biedt de organisatie ook beautyapparatuur. Hieronder komen enkele producten aan bod.

daarom ook een groot onderdeel van het proces bij aankoop van een nieuw beautyapparaat.

Freeze² ▶

Freeze² is een relatief nieuwe technologie om net even wat strakker in je vel te zitten. Het werkt met de cryolipolise-techniek: vetcellen worden sterk afgekoeld en opgeruimd door het lichaam omdat ze loslaten van hun perfecte 'habitat'. De handstukken van de Freeze² zuigen de huid vacuüm. Hierdoor wordt de temperatuur langzaam naar beneden gebracht. De vetcellen schrikken en maken zich klein. De buitenste rand

snelheid van laser. Door de speciale filter wordt warmte dieper in de huid en haren gedrukt. De 'in-motion'-techniek zorgt ervoor dat er met een behandelkop over de huid worden gestreken terwijl deze kleine pulsen



licht afgeeft. Met een interval van drie tot zes weken heeft de cliënt snel het gewenste resultaat.

De tweede handle is gemaakt voor huidverbeteringsbehandelingen op basis van lichtflitsen. Dit kan met of zonder het gebruik van radiofrequentie (RF). Zet de flits uit en werk met continue RF op de diepste rimpeltjes, of laat de huid stralen door de vernieuwing te stimuleren door beide functies (IPL+RF) te gebruiken. Ook het stimuleren van bacteriedooding met de acne-behandeling is mogelijk. De ozon die vrijkomt met de flits, doodt de bacterie en de warmte zorgt voor een snellere vernieuwing van de huid.

Voor aanvullende informatie:
IPL Service Nederland BV
Tel. (033) 2588616
www.iplservicenederland.nl



Clear Skin Tattoo Laser ▲

Met dit apparaat kan een tatoeage worden vervaagd en soms zelfs geheel verwijderd. Ook pigmentatie of roodheden zijn perfect te behandelen. Door het speciale filtersysteem – uitgerust met 'adjustable focus'-techniek – kan men doelgericht te werk gaan, zonder omliggend weefsel te beschadigen. Kleine lichtflitsen zorgen ervoor dat kleurdeeltjes absorberen en zichzelf versplinteren. Het lichaam ruimt de kleurdeeltjes op en de verkleuring is vervaagd.

Veiligheid voor zowel cliënt als behandelaar staan voorop. Goede scholing en begeleiding vormen

van 'jonge' vetcellen laat los en de 'vastgeroeste' vetcellen blijven achter. Deze slinken naarmate de leef- en eetwijze wordt aangepast. Door het gebruik van een matrixtissue wordt schade aan de huidoppervlakte voorkomen.

SoftTouch SHR² ▶

Super Hair Removal begint de wereld van definitieve haarverwijdering te bereiken. Met de SoftTouch SHR² kunt u het zelf ervaren. Deze beautymachine is voorzien van twee handstukken met een flitslamp.

De eerste handle is geschikt voor de SHR-functie en bevat een 690nm-950nm filter. Het werkt met de flits-



— DUURZAAMHEID, ERGONOMIE EN DESIGN SPELEN BELANGRIJKE ROL BIJ ONTWERP —

Libra Design: kwaliteit blijft

Wie heeft het niet meegemaakt: er gaat een apparaat stuk in de salon, je haalt er de leverancier bij en krijgt te horen dat het niet gerepareerd kan worden omdat er geen onderdelen meer zijn. Dit gebeurt niet alleen bij producten van tien jaar en ouder, maar ook steeds meer met een apparaat van een paar jaar oud. De reden is dat bijna alles uit lage lonen landen komt en de meeste leveranciers niet eens de moeite doen om te repareren. Vervangen is goedkoper.

Libra Design BV – bekend van de behandelstoel Ballerine en de massagebank Vitalité – produceert volledig in eigen beheer. Materialen en onderdelen zijn afkomstig van Nederlandse bedrijven en toeleveranciers. Het laswerk, het bekleden van de stalen delen, het maken van het veelgeprezen kussen en zelfs de productie van de eigen motoren worden in eigen huis uitgevoerd.

Directeur en eigenaar Ad van den Heuvel streeft naar duurzaamheid. Dit wordt duidelijk geïllustreerd in een van de eerdere ontwerpen van Van den Heuvel: de MC-stoel uit 1984. Deze stoel wordt na dertig jaar nog steeds in salons gebruikt. Indien er onderdelen moeten worden vervangen of reparaties nodig zijn, kan de klant tot op de dag van vandaag bij Libra Design terecht. Van den Heuvel was de eerste ontwerper die de stoel voorzag van kunststof



MC-stoel (ontwerp: december 1984)

kappen en zo een elegante stoel creëerde die de klant uitnodigde plaats te nemen voor een weldadige behandeling. Achtereenvolgens werden de Ballerine en de Vitalité ontwikkeld. Dit waren opnieuw totaal vernieuwende producten. Onder andere door het gebruik van kunstleer en het

gladde, ergonomische kussen zonder stiknaden of stikranden. Dit geeft extra comfort en zorgt ervoor dat vuil zich niet kan hechten.

Ad van den Heuvel wil niet de goedkoopste zijn maar wel de beste. Hij vertelt hierover: "Kwaliteit heeft een prijskaartje maar je hebt er vele jaren langer plezier van. Wanneer je het aankoopbedrag deelt door het aantal jaren en de behandelingen die je hebt gegeven dan is de investering op de stoel per behandeling slechts

een paar dubbeltjes. Dit is de zogenaamde 'cost per treatment'. Het wassen van handdoeken is duurder!"

Voor aanvullende informatie:
Libra Design
Tel. (0516) 521218
www.libradesign.nl



Ballerine (ontwerp: maart 1996)

— VENUS CONCEPT BESTAAT O.A. UIT VENUS FREEZE, VENUS VIVA, VENUS SWAN EN VENUS LEGACY —

Veel animo voor Venus Concept Cocktail Event

Op maandag 6 oktober vond het Venus Cocktail Event van Uskin plaats. Vijftig geïnteresseerden en succesvolle Venus Concept-specialistes waren hierbij aanwezig. Het concept wordt al door vele gerenommeerde artsen wereldwijd toegepast. Ook in Nederland zijn er al diverse systemen in gebruik.

De huidtherapeuten en schoonheidsspecialisten werden feestelijk ontvangen met een gezonde cocktail. Geheel in stijl, want de avond stond in het teken van gezondheid en een strakke huid.

Schoonheidsspecialiste van het jaar 2012, Suzan Oerlemans gaf lezingen over huidverstrakking en contour-

verbetering door RF en magnetische pulsen. Dankzij deze nieuwe techniek ervaren cliënten een veilige, pijnloze en comfortabele behandeling waarbij geen hersteltijd nodig is. Ook huidtherapeute Ineke Sommer sprak enthousiast over Fractional RF: een unieke methode voor aanpak van acné-littekens, textuur, rimpels, pigment en huidverstrakking. Het biedt

de mogelijkheden van een laser, maar heeft een kortere herstelperiode en is minder pijnlijk.

Isabel van der Smán - Van Genugten, exclusief distributeur Venus Concept Nederland, was tevreden over de avond: "Het ene positieve verhaal volgde na het andere. De behaalde resultaten waren waanzinnig. Het is fantastisch om de positieve reacties te zien!"

Voor aanvullende informatie: USKIN
Tel. (0499) 378861, info@uskin.nl
www.venusconcept.com





Sunstar Producten

BEHANDELSTOEL HYDROSTAR

Hydraulisch In hoogte verstelbaar.
360° roteerbaar met rem.
Kantelbare zitting met gasveer.
Rug en beengedeelte verstelbaar met gasveer.
Wegklapbare armluning.
Neusuitsparing voor massage
Let op deze stoel is verrijdbaar d.m.v. 2 wielen.
Maten:
max. hoogte 82 cm.
Laagste stand 58 cm.
breedte 55 cm, lengte max. 205 min. 190 cm



van € 599,-

voor
€ 399,- *

* Exclusief Verzendkosten a € 75,- excl.b.t.w.

SALONSET 1

Set bestaat uit:

- NewStar 4-motorige behandelstoel met hand- en voetbediening
- Werktafel met 2 lades + loupelamp
- NewStar Vap
- Tabouret L met rug

van € 1.835,-



voor
€ 1.199,- *

* Exclusief Verzendkosten a € 75,- excl.b.t.w.

BEZOEK ONS OPEN HUIS

OP 13,14 EN 15 NOVEMBER
VAN 09.00 TOT 17.00 UUR

WIMPERVERF REFECTOCIL

DIVERSE KLEUREN
van € 3,95
voor
€ 3,25

NAALDEN

3 DOOS A 100 STUKS
STERIEL
van € 13,95
voor
€ 8,95

RANATE

BADSTOF PADS ROND
PAK 10 STUKS
KATOEN
van € 8,95
voor
€ 4,95

PARAFFINE

CHOCOLADE OF
CAPPUCINO
BAK 1000 ML
OP=OP
van € 8,95
voor
€ 2,99

MICRODERMABRASIE KORRELS

3 HALEN
2 BETALEN
GELDT VOOR FLESSEN

DEMIWATER

CAN 5 LITER REYMERINK

van € 5,50
voor
€ 2,95

ALCOHOL 70%

CAN 5 LITER REYMERINK

PODIOR
14061N
van € 13,50
voor
€ 7,95

IPL GEL

CAN 5 LITER
3 HALEN
2 BETALEN

Podomonium Ecomonium

- Nattechniek
- 40.000 RPM
- Tank met Ledverlichting
- Deelbaar handstuk
- Onbeperkt aantal klanten
- Uitneembare tank
- Siliconen bekleed slangenpakket!
- Slangenpakket 160 CM LENGTE!
- Garantie 24 maanden**
- Lage jaarlijkse servicekosten.**

Pedicuremotor



Alleen de Pedicuremotor!
van € 399,-
voor
€ 299,-

12-DELIGE
FREZENSET

HANDSTUK
ONDERHOUDSSPRAY

OPVANGSCHAAL



Complete Set!
van € 596,95
voor
€ 399,-

* In paars of zilver. (geldig tot eind december 2014).
** Zie voorwaarden website

HOTSTONE HEATER

SET
MET
STENEN
van € 99,00
voor
€ 79,00

LOUPE LAMP

5
DIOPTER

van € 69,00
voor
€ 29,95

GROTE SHOWROOM



Openingstijden:

Maandag t/m Vrijdag van 09:00 tot 17:00 uur
Zaterdag van 10:00 tot 14:00 uur



Sunstar Producten

Celciusstraat 76 - 6716 BZ Ede

Tel: 0031 (0) 318 646320 - Fax: 0031 (0) 318 647504

WWW.SUNSTAR.NL - INFO@SUNSTAR.NL

* Alle prijzen zijn Excl.B.t.w., model- en prijswijzigingen (Acties op=op) voorbehouden (zie voor leveringsvoorwaarden onze website).

WINTER WONDERLAND IS TERUG VAN WEGGEWEEST

Phyris-assortiment breidt uit met innovatieve Phyris Re

Phyris Facial Skincare is een drie-fasen huidverzorgingsconcept. Het is een vooruitstrevende methode, ontwikkeld in nauwe samenwerking met vooraanstaande dermatologen en wetenschappers van de hele wereld. Het goed doordachte concept van Phyris is opvallend ten opzichte van de conventionele verzorgingsmethoden. Phyris biedt namelijk voor elke cosmetische behoefte de juiste producten voor reiniging, activering en verzorging.

In de huidverzorgende producten van Phyris zijn vochtherstellende factoren, plantenextracten, vitaminen en plantaardige oliën volgens de laatste high-tech methodes zo geperfectioneerd, dat ze uw huid optimaal verzorgen. Deze exclusieve producten zijn onderverdeeld in huidverzorgings-lijnen waaronder Phyris Re en Winter Wonderland.

Phyris Re

Het cosmetisch effect is net zo ongelooflijk als de ongebruikelijke naam. Met Re herwint de huid veerkracht, dichtheid en gladheid. Re structureert het netwerk van collageen en elastine vezels en is een verzorging met een bijzonder concept van werkzame ingrediënten.

Matrix-peptide is de naam van het actieve werkstoffencomplex. Het gebruikt een nieuwe methode om collageen en elastine vezels van de huid te herstructureren. Het bevat drie componenten om het huideigen vezelnetwerk te regenereren:

- Stimulerend (koper geeft een impuls)
- Gladmakend (peptide)
- Vitaliserend (glucose bouwsteen)

De componenten zijn aaneengesloten als een matrix en realiseert een ontwikkeling van synergie-effecten voor extra veerkracht, elasticiteit en een sterkere huidstructuur.

Alle producten uit deze serie bevatten de speciale component kamillezaadolie. Dit wordt gekenmerkt door een hoog gehalte aan gamma-linoleenzuur. Het herstelt de huid-

barrière, biedt snelle verlichting van gestreste huidgebieden en geeft een sterke regeneratie-boost voor de huid.

De exclusieve structuur en samenstelling wordt door een aantal verschillende soorten plantaardige boters samengesteld. Het voedt de huid langdurig zonder dat het vettig aanvoelt.



Winter Wonderland

Terug van weggeweest! De Winter Wonderland-lijn had al heel wat fans. Zij zijn blij verrast met de terugkomst van deze producten. Het gaat om twee verzorgende producten die specifiek geschikt zijn voor de koude wintermaanden. De Winter Silk Cream en de Body Winter Dream zijn deze winter onmisbaar door de hoofdbestanddelen zijdeproteïne en squalaan. Zij laten de huid extra zacht aanvoelen. De producten versterken het immuunsysteem, voorkomen irritaties en beschermen de huid tegen de kou in de winterperiode.



Voor aanvullende informatie:
Cosinta Service BV
Tel. (010) 5243444
www.cosinta.nl
www.phyrisshop.nl

Van huidverzorging naar huidverbetering

Beauty Injection is distributeur van hoogwaardige schoonheidsproducten, gericht op huidverbetering en natuurlijke make-up. Greet Hoedeman leidt dit bedrijf en is tevens eigenaresse van Beauty Inn Health & Beauty Centre. Op maandag 13 oktober organiseerde Beauty Injection een masterclass met als onderwerp: beautiful aging en marketing in de beautybranche. Tijdens deze leerzame middag konden alle aanwezigen advies krijgen over hoe je van een 'huidverzorgingsklant' een 'huidverbeteringsklant' maakt.

Greet Hoedeman zelf beet het spits af en vertelde over de tien merken die Beauty Injections vertegenwoordigt. Jan Marini, leider in state of the art huidverbetering, was aanleiding tot het organiseren van deze masterclass.

Jan Marini Skin Research Inc

Jan Marini ontwikkelde haar eigen lijn en richtte zich op dermatologen, huidspecialisten en plastisch chirurgen. Ze paste veel vernieuwende ingrediënten toe en heeft al verschillende patenten op haar naam staan. Inmiddels is het merk Jan Marini over de hele wereld verkrijgbaar. Het merk onderscheidt zich met name door de goed geformuleerde producten die oplossingen bieden voor diverse huidcondities. Denk hierbij aan een beschadigde huid, acne, droge en vette huid, rosacea en hyperpigmentatie. Maar ook de gezonde huid blijft actief en jeugdig bij dagelijks gebruik van de producten.



Veel gebruikte ingrediënten uit de Jan Marini-lijn zijn glycolzuur, azelaïnezuur, Q10, vitamine A/retinol, vitamine C/ascorbinezuur, bisabolol, DMAE, hyaluronzuur, enzymen, peptiden, salicylzuur, melkzuur, resorcinol, resveratrol en groeifactoren. De peelings van Jan Marini bestaan voor veertig of zeventig procent uit geconcentreerde fruitzuren die zorgvuldig zijn samengesteld door artsen, wetenschappers en beautyspecialisten. Paul Musarella, anti-aging arts belicht de medische kant van fruitzuren die – volgens Greet Hoedeman – aan de basis liggen van huidverbetering.

Glycolzuur

De heer Musarella vertelt dat de huid vijftien procent van het totale lichaamsgewicht en daarmee het zwaarste orgaan van het lijf is. Niet geheel onbelangrijk dus om goed voor dit orgaan te zorgen. Zoals hierboven duidelijk werd, is glycolzuur een veelgebruikt ingrediënt in de producten van Jan Marini. "Niet



zo gek", zegt Musarella. "Het is één van de meest gebruikte fruitzuren en wordt onder andere gewonnen uit suikerriet, ananas, meloen en rijpe druiven." De glycolzuur-peelings van Jan Marini komen in twee varianten: de 'resurfacing gel peel, aestheticians formula 40%' en de 'resurfacing gel peel, physicians formula 70%'. Deze laatste peeling is een zeer sterke peeling, uitstekend geschikt voor klanten die zichtbaar en meetbaar verbetering van de huid wensen zonder 'downtime'. De hoog geconcentreerde peeling helpt tegen rimpels, fijne lijntjes, hyperpigmentatie, acne, droge huid, vette huid, rosacea en houdt de huid in goede conditie.

De heer Musarella vertelt: "Het belangrijkste verschil tussen peelings is hoe diep ze inwerken op de huid: oppervlakkig, medium of diep. Hoe dieper, des te sterker het effect. Diepe chemische peelings geven duide-

lijke resultaten maar gaan gepaard met een hoog risico op complicaties en vragen een langere herstelperiode. Oppervlakkige peelings (zoals glycolzuur-peelings) geven minder sterke resultaten maar tevens vrijwel geen bijwerkingen. Herhaal je de oppervlakkige peelings een paar keer, dan versterkt de werking. Het voordeel van deze benadering is dat je bijna geen hersteltijd hebt en een minimaal risico loopt op complicaties. Voor een optimaal resultaat zijn voorbereiding van de huid en de combinatie van een peeling met thuisproducten belangrijk. Optimale voeding en voedingssupplementen versterken het effect van glycolzuur-peelings eveneens."

"De kracht van Jan Marini zit in het feit dat de klant de salonbehandelingen thuis kan ondersteunen door het vijf-stappensysteem te gebruiken", vertelt mevrouw Hoedeman. "Om mensen kennis te laten maken met





dit systeem is het zogenaamde Skin Care Management System in het leven geroepen. De klant ontvangt kleine verpakkingen van alle producten uit het vijf-stappen systeem. Op die manier ervaren ze de toegevoegde waarde en worden er meer producten verkocht. Een initiatief dat al meerdere awards in de wacht heeft gesleept. Voor het beste resultaat dient het vijf-stappensysteem gerespecteerd te worden. Jan Marini-producten hebben een antwoord op elk huidprobleem en binnen twee weken ziet negentig procent van de gebruikers de eerste resultaten."

Van huidverzorging naar huidverbetering

"Vroeger dacht ik altijd: 'het zal wel' als ik statistieken hoorde zoals Greet hierboven noemt", zegt Evelyne Dorst, general manager bij Beauty Injection. "Ik was tevreden met het resultaat van het potje uit de supermarkt. Totdat Greet mij wist te over-

tuigen om onze eigen producten te gebruiken, nu weet ik wel beter! Zo gaat het ook met klanten. Iedere klant heeft wel een huidprobleem. Het is de taak van de schoonheidsspecialist om dit probleem te vertalen naar gevolgen. In woorden die de klant begrijpt. Daarnaast moet er worden uitgelegd welke oplossingen hier voor zijn. Op die manier maak je de klant bewuster van zijn of haar huid en is hij/zij bereid om meer te investeren. Gevolg: jij draait meer omzet. En wie wil de salon nou niet een stapje hoger tillen?"

"Een veel voorkomende valkuil bij schoonheidsspecialisten is de angst voor het woord 'nee'. Onthoud dat een afwijzing niet persoonlijk is. Daarnaast bedenken ze vaak zelf argumenten waarom klanten niet voor 'extraatjes' kiezen, zoals: 'mijn klanten hebben geen geld'. Denk niet voor de klant, je kunt geen gedachten lezen. Ga altijd uit van

het maximale. Als het inderdaad zo is dat je klanten 'geen geld' hebben, dan moet je je afvragen of je wel de juiste klanten hebt. Ze hebben blijkbaar wel geld voor een (basis)behandeling maar willen niet meer dan dat. Als ondernemer moet dat niet je gewenste doelgroep zijn. Het belangrijkste is dat je iedere (nieuwe) klant benadert als huidverbeteringsklant. Hierbij helpt: zien is geloven. De Skin Scanner is hiervoor een perfect hulpmiddel. De klant plaatst het gezicht achter de gordijnen waardoor aspecten van de huid zichtbaar worden die voor het blote oog onzichtbaar waren. Zowel de klant als de schoonheidsspecialiste zien precies waar de verstopte poriën zitten, maar bijvoorbeeld ook gebieden met onderhuidse dehydratie en de dikte van de epidermis. Zo'n duidelijk beeld geeft de kans om de beste behandeling met de juiste producten te adviseren. De klant is nu gemotiveerder om de adviezen op te volgen."

Werken met Jan Marini

"Iedere klant heeft een specifieke reden om naar de salon te komen. Met Jan Marini kun je een nieuwe doelgroep bereiken, namelijk degene die meer nodig hebben dan alleen huidverzorging", vertelt Greet Hoedeman. "De producten van Jan Marini zijn zeer veilig en effectief en zorgen voor een nieuwe trouwe klantengroep. De resultaten zorgen hiervoor."

Beauty Injection biedt een compleet pakket diensten aan om een succesvolle start te kunnen maken. Denk hierbij aan een promotiepakket, producttrainingen, intensieve bege-

leiding tijdens de opstart-fase en coaching in advies en verkoop. Om ervoor te zorgen dat iedere deponistair op een goede manier kan starten, werken we met installatieorders. Hierdoor beschikt men over een compleet productenpakket waarmee alle behandelingen uitgevoerd kunnen worden. De pakketten zijn zeer zorgvuldig geselecteerd en de hoogte van de investering hangt af van de doelstellingen en de hoogte van het budget.

Voor aanvullende informatie:
Beauty Injection
Tel. (030) 6038013
www.beauty-injection.nl

▼ Evelyne Dorst

Gouden formule voor meer omzet

(tips van Evelyne Dorst)

- Tien procent van de gemiddelde omzet omhoog door klanten meer bewust te maken van de huid(problemen) en de oplossingen hiervoor.
- Tien procent meer (nieuwe) klanten door actief klanten te werven. Tien procent meer klanten is voor iedereen haalbaar.
- Tien procent hogere frequentie. Laat klanten in een kortere periode terugkomen. Dus niet één keer in de acht weken maar één keer in de zes weken.

Resultaat: 33% meer omzet!



INTERVIEW GREG SALO, MEDE-OPRICHTER VAN CAPTION NAGELLAKKEN
VOORZITTER VAN YOUNG NAILS



Kunt u ons meer vertellen over de start van Caption LacQ3? Hoe is het idee ontstaan, hoe ging de productie in z'n werk en hoe lang duurde het voordat u tevreden was met het eindproduct?

"Young Nails heeft een tijd lang onderzoek gedaan naar de nagel-

markt. We waren op zoek naar iets speciaals en het is een uitdaging om dat in deze markt te vinden. De testfase duurde meer dan een jaar voordat we tevreden waren met het eindproduct."

De lak is gebaseerd op een nieuwe technologie die een zeer snel droogproces en een gel-achtige afwerking garandeert. Welke bestanddelen zijn hiervoor verantwoordelijk en hoe wist u dat ze nodig waren?

"We hebben de beste chemici in de wereld, zij weten wat ze doen. Door hun expertise zijn vulkanisch gesteente, hoogwaardig hars en plantaardige plastificeerders ingrediënten van onze producten. Stuk voor stuk dragen deze ingrediënten bij aan de ongelooflijke voordelen van Caption."

De collectie bevat zestig verschillende kleuren en achttien top-effects. Welke serie zou je professionals aanraden om mee te beginnen?

"Het hangt af van wat voor soort

nagelstyliste je bent of wat voor soort salon je hebt, maar eigenlijk kan het niet fout gaan. De gehele collectie is geschikt omdat Caption de volledige kleurenwaaier aanbiedt. Je kunt altijd beginnen met de klassieke rood- en nude-tinten maar je kunt pas écht creatief aan de slag door

kunnen aanbieden aan de klanten zodat ze thuis kunnen zorgen voor touch-ups."

Hoe wilt u dit merk in de markt positioneren?

"Wij zien het merk als sexy, futuristisch, edgy, dubbelzinnig, maar toch

"We hebben de beste chemici in de wereld, zij weten echt wat ze doen"

een aantal trendy kleuren te gebruiken en deze te combineren met de top-effecten."

Heeft u een specifieke doelgroep voor ogen met Caption LacQ3?

"Dit product is er echt voor iedere vrouw. Want wie houdt er nou niet van sneldrogend, sterk gepigmenteerd, 'long lasting'-nagellak met een 'wetlook'-glans?"

Communiqueert u het nieuwe, innovatieve product meer richting professionele salons of richt u zich liever op de eindgebruikers?

"We communiceren eigenlijk richting allebei, ieder met een eigen doel. Richting de consument omdat we als doel hebben om hen naar de salon te krijgen en de nagels met Caption te laten lakken. Richting de salons omdat daar – als de consument het wil – de nagellak natuurlijk ook aanwezig moet zijn om het te

toegankelijk. Dit alles komt tot uiting door onze nieuwe marketingbeelden die de komende maanden klaar zullen zijn."

Wat betekent deze innovatie voor de marktpositie van Young Nails?

"We hebben een reputatie als een bedrijf dat kwaliteit en innovatie op de markt brengt. Dit product versterkt die reputatie op een zeer sterke manier."

Wat kunnen we in de toekomst verwachten van Caption LacQ3?

"U kunt meer innovatie en meer educatie verwachten. We zijn altijd op zoek naar verbetering van nagelverzorging, op welke manier dan ook."

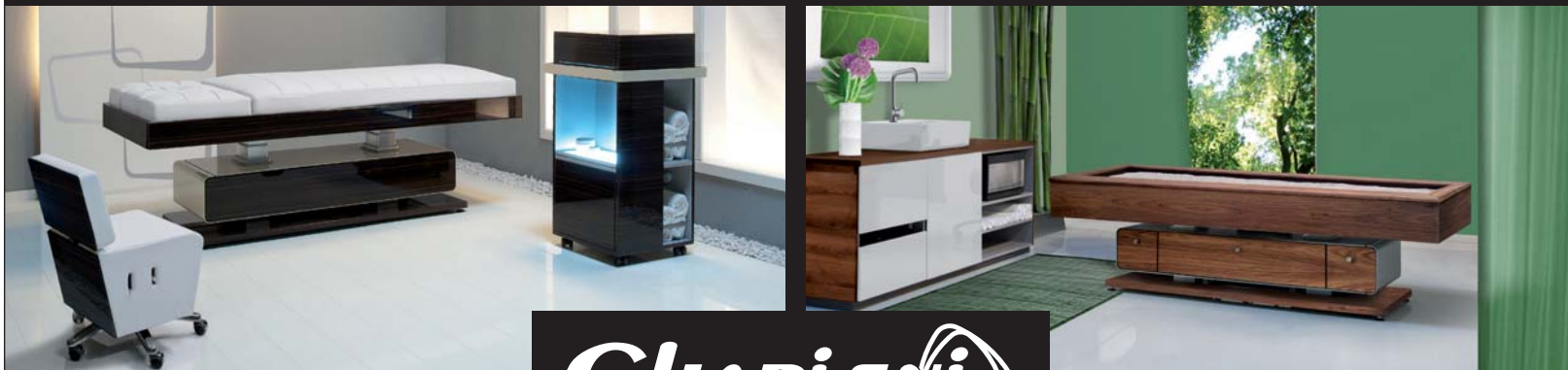
Voor aanvullende informatie:

SalonCosmetics B.V.

Tel. (010) 2459005

www.saloncosmetics.nl

Individuele oplossingen Voor elke toepassing



GHARIENI



Dé inrichtingspecialist voor uw Spa- wellness ruimtes

Gharieni Nederland BV • Bronsstraat 5 • NL-6031TS Nederweert • Tel.: 0495-633036 • Fax.: 0495-626663 www.gharieni.nl • info@gharieni.nl

WEBECOS

AL VIJFTIG JAAR VOORUITSTREVENDE!

In 1961 werd het begrip "cosmeceutical" voor het eerst geïntroduceerd door de Amerikaan Raymond Reed, een van de grondleggers van de Amerikaanse Vereniging van Cosmetisch Chemici. Hij gebruikte de term voor cosmetica die biologisch actieve ingrediënten bevatten.

Kort daarna werd Webecos geïntroduceerd als eerste echte Nederlandse merk met producten die hoge concentraties serieus klinisch geteste ingrediënten bevatten en die daarom toch iets meer dan alleen maar een 'pampering' effect

konden geven. Webecos is daarmee inmiddels al ruim 50 jaar een 'cosmeceutisch' merk, dat een farmaceutische uitstraling aan een uitstekende prijs/kwaliteitverhouding weet te koppelen. Dankzij die lange ervaring beschikken wij over een uitgebreide kennis ten aanzien van nieuwe werkstoffen en recepturen, waar u als schoonheidsspecialist uw voordeel mee kunt doen. En uiteraard volgen wij de nieuwste ontwikkelingen op cosmetisch gebied nog steeds op de voet en passen deze kennis toe in de vele nieuwe producten die wij elk jaar weer introduceren.

PROBEER HET ZELF!
VRAAG
GRATIS
PROBEER-
PAKKET
AAN



www.webecos.nl

PURE PRODUCTEN VOOR
PURE BEHANDELINGEN



webecos

Dr. Spiller introduceert 'alles in één'- pakket

Geen duizenden euro's investeren in een eigen website of een eigen webshop. Geen tijd meer besteden om prijzen, producten en informatie op de website en webshop te actualiseren. Hoe mooi zou dat zijn?

Florint – de importeur van Dr. Spiller – heeft een prachtige oplossing voor haar depositaires die geen website en/of geen webshop hebben. Ook een startende schoonheidsspecialiste is welkom en kan meteen een professionele start maken!

Websites

De schoonheidsspecialiste heeft keuze uit een drietal voorbeelden van websites, waarbij zij alleen haar 'persoonlijke gedeelte' invult. In overleg worden de behandelprizen vastgesteld en bijzondere behandelingen op de site vermeld. Algemene productinformatie, behandelingen en noviteiten worden door Florint verzorgd.

Speciale cursus bij Florint

Voor startende schoonheidsspecialistes heeft Florint een speciaal trainingsprogramma ontwikkeld. Hierbij wordt veel aandacht besteed aan producten, de verschillende productlijnen van Dr. Spiller en de behandelingsmethoden. Voordat de schoonheidsspecialiste met Dr. Spiller van start gaat, krijgt zij behandeladviezen, een verkooptraining, marketingondersteuning, gedegen informatie over prijsstelling in haar salon en begeleiding in hoe zij haar klanten het beste kan adviseren. Met deze kennis is de schoonheidsspecialiste beter in staat om een goede start te maken met haar salon.

Webshop

Daarnaast is het optioneel om een webshop aan te sluiten op de website. In deze webshop zijn alle producten van Dr. Spiller opgenomen. Een depositaire die al een website heeft kan heel gemakkelijk een webshop aan haar bestaande website linken. De eigen website behoudt hierdoor de nieuwswaarde voor klanten. Indien deze geïnteresseerd zijn in een uitvoerige beschrijving van ieder

product en voor welke huid welk product geschikt is, biedt de webshop uitkomst. Daar kunnen klanten tevens een bestelling plaatsen die binnen 24 uur wordt geleverd, ook datgene wat de schoonheidsspecialiste net niet op voorraad heeft.

Voor meer informatie:
Florint BV
Tel. (0343) 414550
www.spiller.nl



— DE EFFECTIEVE BEHANDELDOEKJES BIJ KERATOSIS PILARIS, PUISTJES EN EEN RODE HUID —

Nieuw van Paula's Choice: Clinical KP Treatment Cloths

De Clinical-lijn van Paula's Choice bestaat uit klinisch bewezen, effectieve producten die huidproblemen zoals roodheid, littekens, een jeukende en droge huid bij de kern aanpakken. Nieuw binnen deze lijn zijn de Clinical KP Treatment Cloths. Deze slimme behandeldoekjes pakken huidproblemen zoals keratosis pilaris, puistjes en een rode huid doelgericht aan.

De behandeldoekjes bevatten een combinatie van 8% melkzuur (AHA) met 2% salicylzuur (BHA) in combinatie met de kalmerende werkstof Boerhavia Diffusawortel (Punarnava-extract). De doekjes zijn te gebruiken op het gehele lichaam en zorgen bij consequent gebruik voor een gladde, zachte, gekalmeerde en egale huid.

Breng de Clinical KP Treatment Cloths één of twee keer per dag aan op de te behandelen huddelen. Masseer zacht met ronddraaiende bewegingen op een schone, droge huid en spoel de huid hierna niet af. Eén doekje is genoeg voor een groot huidoppervlak. Houdt de verpakking goed gesloten om te voorkomen dat de doekjes uitdrogen. Breng na het gebruik indien gewenst een nachtcrème



aan en overdag ook altijd een product met een breedspectrum zonnefilter met minimaal een SPF 25.

Voor aanvullende informatie: Paula's Choice
Tel. (020) 345 84 26, www.paulaschoice.nl

LOOKX LANCEERDE OP 26 SEPTEMBER MOISTURE & HYDRATION-LIJN

Oplossing voor de droge, vochtarme huid

LOOKX lanceerde op 26 september de Moisture & Hydration-lijn. Deze lijn bevat innovatieve stamceltherapieproducten die werken op celniveau en die de huidcellen opvullen met levenskrachtig vocht. De producten vormen dan ook de oplossing voor de droge, vochtarme huid.

Vanaf het achttiende levensjaar begint de productie van hyaluronzuur al af te nemen. Hierdoor vermindert het aantal vocht dragende moleculen die vocht naar de opperhuid kunnen transporteren. De celdeling in de opperhuid begint ook trager te verlopen, waardoor de Natural Moisturising Factor van de huid in kwaliteit afneemt.



▲ Moisture serum

Met name externe factoren zoals de zon, het klimaat, agressieve huidverzorging, roken, alcohol, stress, luchtvervuiling en dergelijke beschadigen het lipidenlaagje, waardoor vocht

gemakkelijk uit de huid kan verdampen. Dit veroorzaakt een trekkerige huid, fijne craqueléachtige lijntjes en soms zelfs gevoeligheid. Deze gevolgen kunnen zich verder ontwikkelen tot een schilferige, droge huid en diepe rimpels.

LOOKX gaat hier tegenin met de drie producten uit de nieuwe Moisture & Hydration-lijn. Deze zijn verrijkt met een aantal hoogwaardige actieve ingrediënten, zoals FicuCell Vita (plantstamcellen), Lariksboom-extract en Zwitsers thermaal water.

De Moisture Oil herstelt direct de huidlipiden en zorgt voor een egaal en zacht huidoppervlak. Deze olie voorkomt verdamping van het vocht in de huid door onder andere externe factoren zoals kou, warmte en droge luchtvochtigheid. Dit is mogelijk dankzij de toevoeging van diverse vruchten zoals passiefruit en avocado. Deze moisturiser vermindert het trekkerige gevoel van de huid en reduceert fijne, craqueléachtige lijntjes.

Op lange termijn is de Moisture Day Cream de oplossing voor de droge, vochtarme huid. Het is een luchtige, vetvrije dagcrème die vocht vasthoudt en dit transporteert naar de diepere huidlagen. Naast een sterke hydratatie beschermt deze crème ook preventief tegen huidveroudering.

Als laatste is er het Moisture Serum. Dit serum wordt snel in de huid opgenomen. De formule is verrijkt met een mix van actieve ingrediën-



▲ Moisture daycream

ten om vochtverlies te voorkomen, de vochtbalans te herstellen en de gezondheid van de huid te bewaren.

Voor aanvullende informatie:
LOOKX Group
Tel. (072) 5332107
www.lookx.com

Wilt u de nieuwe producten zelf ook eens uittesten? Vraag de gratis sample set aan via info.lookx.com.



Het concept voor uw salon



RF + ICE-cooling

+



Bodywrap

+



Compressietherapie

Het concept voor

Figuurcorrectie

•

Anti-cellulite

•

Huidverstevinging

•

Anti-aging

•

Gewichtsverlies

U ontvangt bij dit totaalconcept:

- volledige 'Het Concept-opleiding'
- cursus op het gebied van intakegesprekken
- flyers en posters en div. documentatie
- ondersteuning via telefoon + email
- optimale service
- certificaat

Starten met dit concept is al mogelijk met lage instapkosten

Ondersteunende producten voor thuisgebruik (salonverkoop)



BBserum

Body & Face
Anti-aging



BBwrap

Thermo Cell
Bodywrap



AVI-SLANK

Proteïne shakes &
groene thee



BB4me

Leggings anti-cellulite
& huidverstevinging



– NIEUWE PRODUCTEN EN EEN EERSTE GLOSSY MAGAZINE GELANCEERD OP JUBILEUMFEEST –

Welkom in de wereld van Sans Soucis

Sans Soucis vierde op zaterdag 21 september haar jubileumfeest met een inspirerend programma op één van de mooiste locaties van Nederland: Het Witte Huis aan de Loosdrechtse plassen. Een ideale gelegenheid om de verjaardag van Sans Soucis te vieren, moet Beauty Service hebben gedacht. Terecht, want het 75-jarig bestaan van zo'n mooi merk mag natuurlijk niet ongemerkt voorbijgaan.

Sans Soucis garandeert een hoge effectiviteit van de producten. Dagmar Hoffmann-Melzer, marketingmanager bij BCG Baden-Baden Cosmetics Group zegt hierover: "Ieder merk garandeert natuurlijk dat ze de beste zijn. Wij ook, maar we willen het ook graag bewijzen. Om die reden zijn we een samenwerking aangegaan met Cosmetics Analysis. Dit is een onafhankelijk bedrijf dat inzicht geeft in de ingrediënten van de producten en hieraan een ranking verbindt. Ieder product uit de 'Marine Cellular Skincare'-lijn wordt meegenomen in deze ranking. In totaal zijn er zeventienduizend producten getest. Sans Soucis is het eerste cosmetische merk uit Europa die al hun producten laat testen. Voor schoonheidsspecialisten en hun klanten is dit een grote aanwinst. We kunnen hiermee bewijzen dat er geen parabenen en geen minerale oliën in onze producten zijn verwerkt."



Sans Soucis Marine Cellular Skincare

Sans Soucis staat bekend om het gebruik van het thermale water uit Baden Baden in de producten. Het merk wil de link met water-gerelateerde producten versterken en doet dit door naast het thermale water ook algen en plankton toe te voegen. Deze aanpak vraagt natuurlijk ook om een nieuwe pay-off: 'Sans Soucis, Marine Cellular Skincare'

Door te werken met algen en plankton ontstaan er nieuwe technolo-

gieën waardoor er upgrades van bestaande series plaatsvinden. Dit resulteert in mooie aanvullingen op het bestaande concept. Het gebruik van algen en plankton gebeurt altijd in combinatie met het thermale water uit Baden Baden. Algen-extract is de maritieme hoofdwerkstof in de Moisture, Aqua Clear Skin en Sensitive lijnen. Het biedt langdurige hydratatie, voorkomt vochtverlies van de huid, reguleert het vochtgehalte van de huid en revitaliseert de vermoeide en gestreste huid. Plankton is de maritieme hoofdwerkstof in de Anti-age-lijnen. Het is een echte power-werkstof en leeft in zowel zout als zoet water waardoor het zeer resistent is. De eigenschap van plankton is het activeren en verbeteren van de huid.

Uitreiking eerste Glossy

Het jubileum was de ideale gelegenheid om het allereerste eigen Glossy te lanceren. Deze werd door Meike Otterloo, marketing manager bij Beauty Service uitgereikt aan Evelyne Roorda van schoonheidssalon Vivace uit Den Haag. Zij is tevens geïnterviewd voor het magazine en vertelt daarin dat ze iedere dag wel iets van Sans Soucis verkoopt: "Het gaat als vanzelf. (...) De moeiteloze verkoop aan nieuwe én bestaande klanten kan maar één ding betekenen: Sans Soucis doet wat het belooft."

Voor aanvullende informatie:

Beauty Service

Tel. (0499)745008

www.sanssoucis.com

— UITBREIDING OP DE PERFECTION-LIJN VAN RVB SKINLAB VAN DIEGO DALLA PALMA —

'Perfection Sublime' van Diego dalla Palma Pro RVB Skinlab

Esthé Care introduceert de nieuwe 'Perfection Sublime'-lijn van Diego dalla Palma in Nederland. Het is een gezichtsprogramma dat het LPA Perfection Complex met een multi-actieve werking bevat. LPA is ontwikkeld na lange en zorgvuldige Japanse onderzoeken en bevat vitamine PP.

De lijn bestaat uit drie producten: een dagcrème, een nachtcrème en een intensief nachtserum. De kuur is voor ieder huidtype geschikt en heeft een speciale behandeling voor in de salons.

Na gebruik treedt er op de oppervlakte vermindering van overmatig vochtverlies op en heeft het product een anti-inflammatoire werking.

Dieper in de huid wordt er verbetering van weerstand van de huid

waargenomen, is er een verbetering in cel-differentiatie, een betere regulering van epile homeostase, wordt de productie van ceramiden, collageen en elastine gestimuleerd en de overdracht van melanosomen naar de omliggende keratinocyt geremd.

Voor aanvullende informatie:

Esthé-Care Cosmetiek
Tel. (013) 5131063
www.diegodallapalmapro.com



— HET BELLABACI CUPPING-MASSAGESYSTEEM KUST HET LICHAAM GEZOND —

Genie in a Bottle

Door het succes van het Bellabaci cupping-systeem en de Vit-Ice-ijsmassage was er veel vraag naar een perfect massagemiddel om in combinatie met deze cups te gebruiken. Bellabaci luistert naar die vraag en komt met een passend product.

Dr. Sandy Nye, natuurgeneeskundige en goeroe van de aromatherapie heeft wild-vervaardigde etherische

oliën en de beste homeopathische remedies gemengd met organische kokosnootolie van de eerste persing.



Door deze innovatieve technologie is 'Genie in a Bottle' ontstaan.

De Genies worden geïntroduceerd als 'Cellulite be Gone', 'Circuflow', 'Aches and Pains Get Lost' en 'Skin Get a life'. Ze bestaan uit vier formules die verschillende klachten ondersteunen. De voordelen van homeopathie, aromatherapie, bloem-remedies en trillingsfrequenties zijn gecombineerd met traditionele Chinese Cupping om het gehele lichaam in balans te brengen.

De Genies beginnen als een luxe lotion en ontwikkelen zich tot olie. Ze bevatten complexen die het emotionele welzijn behandelen en het energieschild beschermen tegen negatieve invloeden. Doordat de basis organische kokosnootolie is, komen er geen vlekken in de kleding, handdoeken en het linnen.

Onder de douche gebruikt u eerst de Bellabaci scrub-handschoen, na het douchen de Bellabaci Genie met de Bellabaci-cups en vervolgens de Vit-Ice voor het beste resultaat.



Ontmoet Bellabaci op 8 of 9 november op de beurs International Therapeut te Apeldoorn - standnummer 236.

Voor aanvullende informatie of trainingen:
Bellabaci
Tel. (06) 55343924
www.bellabaci.nl

JUBILEUM WORDT GEVIERD OP BIJZONDERE LOCATIE AAN DE VECHT

Tien jaar Dermaesthetics, dat moet gevierd worden!

Al tien jaar importeert Clara Visscher onder de naam Dermaesthetics toonaangevende merken en innovatieve, resultaatgerichte behandeltechnieken voor huidverbetering en huidverjonging. Dat is reden voor een feestje! Op maandag 1 september bracht de redactie van vaktijdschrift De Beautysalon een bezoek aan Breukelen. Want daar, op een bijzondere locatie aan de Vecht, had Dermaesthetics 'Buitenplaats Slangevegt' uitgekozen om het tienjarig jubileum te vieren...



Zestig jaar terug is het bedrijf Christiane Aimée opgericht en in 1998 werd dit overgenomen door Clara Visscher. Dermaesthetics is succesvol en trendsetend in de wereld van de huidverbetering. Het bedrijf staat voor maximale ondersteuning zodat de huidspecialist zich kan onderscheiden met zowel kennis als resultaat.

Er was een grote opkomst van huidspecialisten en pers. Iedereen had voldoende gelegenheid om Clara en haar team te feliciteren en kennis te maken met de gasten. Aan bubbels, hapjes, entertainment en muziek ontbrak het niet. Uiteraard werd er ook goed voor de innerlijke mens gezorgd dankzij het walking dinner die de avond compleet maakte.

Clara vertelt: "De Dermaesthetics-party was voor ons allemaal zeer geslaagd. Zeker omdat de opkomst zo groot was. De locatie hebben we met zorg uitgekozen en ondanks de regen van de weken, dagen en zelfs uren daarvoor, zagen we tijdens alle voorbereidingen in onze gedachten steeds de zon schijnen. Gelukkig werd deze vooruitziende blik ook werkelijkheid. Op het zonnige en sfeervolle terras hebben we genoten van het samenzijn! We willen iedereen bedanken voor de komst en de overweldigende cadeaus."

Voor aanvullende informatie:
 Dermaesthetics, Tel. (035) 6982437
www.dermaesthetics.nl
www.nimue.nl
www.pcaskin.com
www.ph-formula.nl





- Grensoverschrijdende beurs
- Meer dan 6000 m² beursoppervlakte
- Platform om uw netwerk te onderhouden en uit te breiden

Beauty Live

Wellness • Nails • Cosmetics • Hair • Fitness



22 - 24 november 2014

www.messekalkar.de

gianna.koster@messekalkar.de

Tel. 0049-2824-910124

Vakbeurs voor cosmetica, wellness, manicure, pedicure, kappersbenodigdheden en fitness

Openingstijden:

zaterdag van 10.00 – 18.00 uur

zondag van 10.00 – 18.00 uur

maandag van 10.00 – 16.00 uur

 **messekalkar**
www.messekalkar.de

Boost
your **skin**
& **body**




dermaOXY


dermasupp

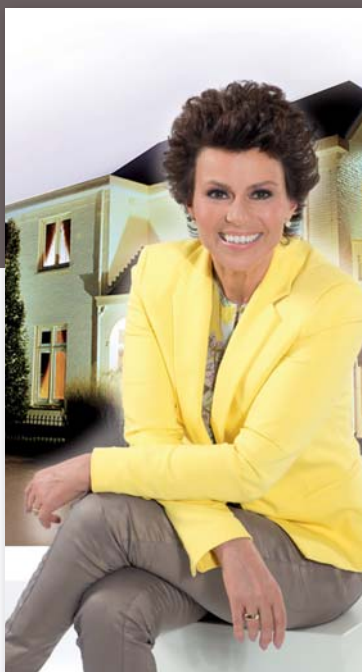
showroom
Einsteinstraat 16K
Dordrecht

postadres
postbus 8068
3301 CB Dordrecht

www.bw-cosmetics.nl
 algemeen 078-7501741
 info@bw-cosmetics.nl

 **B&W COSMETICS**

— DORIEN SCHONENBERG VERTELT OVER DE PRODUCTEN VAN AVIFIT LA FORMA —



AviFit La Forma is inmiddels een gevestigde naam als het gaat om apparatuur voor de schoonheidssalon. Door de combinatie instituut-leverancier zit AviFit La Forma dicht bij het vuur en kan het bedrijf van directeur Anja van Osch goed inspelen op trends en behoeftes uit de praktijk. Het bedrijf biedt een totaalconcept aan. Een combinatie van behandeling en producten om een definitieve figuurcorrectie, gewichtsverlies en/of vermindering van cellulite te bereiken. Dorien Schonenberg, eigenaar van Dorien.nl werkt al enige tijd met de producten van AviFit La Forma en vertelt er graag over.

trouwen in het leven staan dankzij mensen als Dorien. Dat is fantastisch toch?"

Cryo behandeling: definitieve figuurcorrectie

In Nederland wint de cryo behandeling steeds meer aan populariteit. Dat merkt Dorien ook, haar klanten vragen steeds vaker vragen naar de behandeling. Inmiddels heeft ze twee CoolipoTwin apparaten (cryo) aangeschaft. Een dergelijke behandeling geeft geen levenslange garantie op een slank lijf. "Daar komt toch meer kijken", zegt Dorien. "Voor, tijdens en na een dergelijke behandeling blijven wij erop hameren dat een gezond en slank leven begint met een bewust voedingspatroon."

AVI-SLANK: proteïne-shakes en groene thee

Ook hier heeft Dorien ervaring mee: "Met een topproduct als AVI-

Het is altijd druk in het Anti-Ageing Center in het Gelderse Druten. Hier staat het instituut van Dorien Schonenberg. Zo'n 25 jaar geleden begon ze op kleine schaal met twee behandelcabines. Inmiddels heeft ze haar beautyimperium op indrukwekkende wijze uitgebouwd. Haar Anti-Ageing Center is een begrip in Druten en wijde omgeving. Ze schopt het zelfs tot landelijk beauty-expert in het RTL4-programma '4me' en gaf tot voor kort beautyadvies

"De combinatie van een cryo behandeling en AVI-SLANK is voor heel veel klanten de juiste oplossing voor hun afslankuitdaging"



"AviFit La Forma staat bekend om hun geweldige service en ondersteuning"

in weekblad Privé. Het is precies zoals een klant het eens doeltreffend opmerkte: "Door het hele land zijn er mensen die met meer zelfver-

SLANK, kunnen wij onze klanten ook na een behandeling een manier bieden om gewichtsverlies op peil te houden. Ik zie steeds vaker dat

mijn klanten daar behoefte aan hebben." Het proteïnedieet AVI-SLANK is honderd procent natuurlijk. Een proteïne-shake is een smakelijke maaltijdvervanger met zeer weinig calorieën die de juiste voedingsstoffen bevat. Voedingssupplementen zijn niet nodig en het dieet is makkelijk vol te houden. "De combinatie van een cryo behandeling en AVI-SLANK is voor heel veel klanten de juiste oplossing voor hun afslankuitdaging."

De keuze voor de AviFit La Forma maakte Dorien niet zomaar. "Dit bedrijf staat bekend om hun geweldige service en ondersteuning."

Het mag duidelijk zijn. AviFit La Forma levert totaalconcepten: een combinatie van behandeling en producten. De bijbehorende producten zorgen voor een optimale resultaat.

Voor aanvullende informatie:
AviFit La Forma
Tel. (06) 22435468
www.avifit.nl





Vorige week las ik een artikel in NRC Next met de titel: 'Als niemand klaagt, mag je liegen over je product'. Ik vond deze stellingname nogal brutaal. "Toch gebeurt het iedere dag", zegt een medewerker van de Keuringsdienst van Waarde. De Reclame Code Commissie zegt dat de hoofdregel is dat reclame eerlijk dient te zijn. Maar de grens tussen een leugen en een halve waarheid is in de praktijk moeilijk te bepalen...

Je mag cantharellensoep verkopen, terwijl er niet meer dan één cantharel inzit. Dit doet mij denken aan onze uitspraak waarbij we het altijd over kippensoep en kippensoep hebben. Kippensoep in een zakje met minuscule stukjes kip en kippensoep in een blik met grote stukken kip. Dit om aan onze cursisten en depositairs duidelijk te maken dat er ook bij cosmetica-producten een groot verschil is in de hoeveelheid ingrediënten en werkstoffen bij gelijknamige producten. Denk bijvoorbeeld aan een aloë vera crème van firma A en een aloë vera crème van firma B.

Dubieuze reclame vindt u ook bij cosmetica. 'Gebruik onze crème. Deze crème met Retinol of Q10 zorgt ervoor dat je binnen 24 uur rimpelvrij bent'. De bewuste crèmes worden bij voorkeur op de gezichten van begin twintigers gesmeerd, die hebben sowieso nog geen rimpels! Maar ja, dat is marketing. Wie het hardst roept dat zijn crème binnen 24 uur resultaat geeft dankzij de aanwezigheid van

commerciële nonsens. Want een crème kan in korte tijd geen rimpelloos resultaat geven en zeker niet een crème waar de vitamine A of Q10 'doorheen gezwommen is'.

Ik vind het persoonlijk van groot belang dat een schoonheidsspecialiste zich verdiept in de inhoud van een crème. Lees wat er in de crème zit en vergelijk dat desnoods met een crème van een winkelketen.

(!!) moet er geen volgorde meer worden aangehouden. Zo blijft de receptuur van de fabrikant nog een beetje een geheim.

U kunt nu duidelijk zien of het product één cantharel bevat of meer. Zo komt u beslagen ten ijs en kunt u uw klant een gedegen advies geven. U hoeft u niet te liegen over de inhoud en werking van uw product. Laat het liegen over aan

"Je mag liegen over je product"

Vitamine A of Q10, wint de grote strijd om de consument. Ik zie u al denken: Wat heb ik hieraan? Juist. Alles. Want u bent de specialist die ervaring met huidverzorging heeft en die een concreet antwoord moet geven op deze

U zult versteld staan over de grote verschillen. Op de INCI code van het product vindt u de percentages van de werkstoffen die in het product zitten, van groot naar klein. Hoe verder in de keten, des te minder werkstoffen. Vanaf één procent

de grote jongens en spreek maar gewoon de waarheid. U bent tenslotte de specialist.

Reageren op deze column?
Stuur een email naar
e.vervaet@gpmedia.nl

SOFT COLOR GLOSS WORDT VERVANGEN

Soft Kiss Gloss van Malu Wilz

Laat u verrassen door de moderne en transparante kleuren van de nieuwe verpakking van de Soft Kiss Gloss van Malu Wilz.

Door de innovatieve formule ontstaat er een bijzonder comfort en voelt de gloss aangenaam luchtig en soepel aan op de lippen. De glans en het volume-effect maken het tot een gloss die in geen enkele handtas mag ontbreken.

In de display vindt u acht kleuren van de Soft Kiss Gloss. Iedere kleur bevat drie stuks voor de verkoop. De testers en de display worden gratis meegeleverd. Investering van display bedraagt €148,80 excl. btw. Verkoopprijs is €12,50.

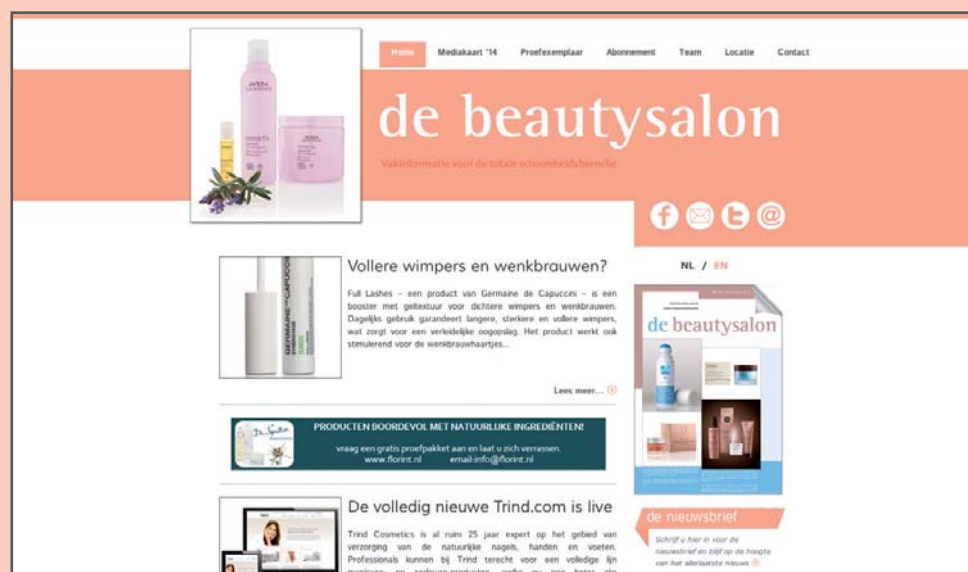
Voor aanvullende informatie: Haparko Cosmetics,
Tel. (078)6816628, www.haparko.nl



De Beautysalon ook online!

Onze website wordt elke dag weer voorzien van het laatste nieuws uit de branche

www.debeautysalon.biz



Maar hou ook onze Facebook- en Twitter-account in de gaten. Like  onze berichten en maak wekelijks - soms zelfs dagelijks - kans op de leukste prijzen!



facebook.com/vaktijdschriftdebeautysalon

twitter.com/Beautysalon_biz



Zestien jaar geleden opende Ingrid Sielhorst haar salon 'New Eden Skincare'. Ze vertelt: "Vroeger was er thuis geen geld voor mijn droom: een opleiding tot schoonheidsspecialist. Ik ging aan de slag als secretaresse bij een platenmaatschappij, trouwde en kreeg twee zoons. Mijn passie voor de huid is echter altijd

beteren, te vertellen hoe ze dat het beste kunnen doen en hen daarin te begeleiden."

Aanpak

"Toen ik van school kwam wist ik eigenlijk nog helemaal niets van ondernemen. Om naamsbekendheid te krijgen plaatste ik een adverten-

Ingrid Sielhorst is sinds 1998 eigenaresse van New Eden Skincare, Institute for healthy aging. "Als huidexpert help ik zelfbewuste vrouwen vanaf 35 jaar een mooie stralende huid te krijgen en door de jaren heen te behouden." De redactie van De Beautysalon bezocht haar salon aan huis in Culemborg en sprak onder begeleiding van rustgevende muziek met deze gepassioneerde schoonheidsspecialiste.

deze niet te breed moet nemen. Ik had helemaal geen doelgroep voor ogen, als je begint is alles interessant. Je kunt niet de hele wereld bedienen en moet keuzes maken."

Massages

"Inmiddels kan ik concluderen dat vrouwen vanaf 35 jaar mijn doelgroep zijn. Uiteindelijk zoeken mensen toch iemand waarbij ze zich lekker voelen. Ik ben dus niet zo bang voor concurrentie want de doelgroepen selecteren zich vanzelf. Als iemand voor het eerst langskomt, voer ik een intake gesprek. Hierin kom ik te weten waar de klant voor komt: puur huidverbetering of huidverbetering en ontspanning. Het mooie is dat ik verschillende wensen kan vervullen dankzij de verschillende merken die ik in huis heb. Zo voer ik bijvoorbeeld zeer resultaatgerichte, huidverbeterende behandelingen uit door middel van

glycolzuur-peelingen, microdermabrasie, photonlaser, collageen-booster, bindweefselmassage en meta-therapy. Het geven van massages vind ik ook erg leuk. Mijn klanten komen dan echt met een wauwgevoel uit de stoel. Zo'n massage is intensief maar ik voel dat mensen het fijn vinden. Andere schoonheidsspecialisten zeggen wel eens: 'waarom doe je toch die massages, als klanten lekker gemasseerd willen worden kunnen ze toch naar een masseur?' Mijn klanten komen niet apart voor massages, maar voor de combinatie met huidverzorging. Natuurlijk heb ik ook klanten die niet van massages houden. Die geeft ik dan een krachtige, doelgerichte behandeling met een passend product."

Tanden poetsen

"Soms komt er wel eens een man op afspraak, die is dan via de echtgenote bij mij terecht gekomen. Toch

"Mijn klanten weten dat je niet alles met een potje crème kunt oplossen, het is een samenwerking die klant en schoonheidsspecialist met elkaar aangaan"

gebleven. Toen ik vijftien was, kocht ik crèmes voor mijn moeder omdat ik wist wat goed was voor haar huid. Zelf begon ik ook al op jonge leeftijd met een goede verzorging van mijn huid. Ik had dat echt al van jongs af aan. Het zat er gewoon in, die klik met cosmetica. Toen mijn kinderen groot waren besloot ik op mijn eenenveertigste om een opleiding aan Instituut Thomas te gaan volgen en mijn droom waar te maken. Dit was echt wat ik wilde. Mijn passie is om de huid van iemand te ver-

tie in het plaatselijke krantje. Tegen inlevering van een bon kregen mensen 25 gulden korting op een behandeling. Op de dag van verschijning bleef ik natuurlijk letterlijk naast de telefoon zitten omdat ik afspraken verwachtte. Zo werkte het natuurlijk niet. Na je opleiding begint het pas. Tegenwoordig wordt er gezegd dat je eerst je doelgroep moet bepalen en

De 'creatieve muur' in de salon van Ingrid ▶



heb ik niet vaak mannen in mijn salon, ik heb het idee dat dat meer speelt in de grotere steden. Dat vind ik overigens gek want of je nu man bent of vrouw, je poetst toch ook iedere dag je tanden? Waarom zou je dan niet goed voor je huid zorgen? De mannen die hier komen vinden het gelukkig heel normaal."

Honderd procent natuurlijk

"Steeds meer worden mensen zich ervan bewust dat een gezonde

In mijn producten zitten dan ook geen chemische toevoegingen. Het honderd procent natuurlijke sprak mij aan en past bij mijn doelgroep. Het is voor mensen wel even wennen want er zitten ook geen minerale oliën in die een product zo lekker glad, smeug en smeerbaar maken. Je brengt het aan en het is meteen weg omdat je huid het direct opneemt. Met minerale oliën kun je blijven smeren, maar het doet uiteindelijk niets extra's voor de huid. Dat

"Je poetst als man toch ook iedere dag je tanden? Waarom zou je dan niet goed voor je huid zorgen?"

levenswijze en de juiste producten essentieel zijn voor een stralende huid, mooi haar en een gezond lichaam. Daarnaast is ontspanning en gezonde voeding met ondersteuning van voedingssupplementen onmisbaar voor de opbouw van een gezonde stralende huid. Een beetje volgens het 'Wat ik niet eet, smeer ik ook niet op mijn huid'-principe.

is even wennen voor klanten die een vol product gewend zijn."

Huidkunstenaar

"Bij het verlaten van de behandelstoel kijkt de klant uit op een bijzondere presentatie van producten, hier wordt vaak positief op gereageerd. Deze producten zijn daar echter niet doelbewust geplaatst, maar gewoon



door creativiteit van mijn man. Toen het presentatiemeubel ophing, zag ik er wel de voordelen van in. Als mijn klanten klaar zijn worden ze meteen met de producten geconfronteerd. Ik heb dus direct een aanknopingspunt om erover te praten. Mijn klanten weten dat je niet alles met een potje crème kunt oplossen, het is een samenwerking die klant en schoonheidsspecialist met elkaar aangaan. Een klant keek laatst na de kuurbehandeling in de spiegel en zei: 'Je bent een echte huidkunstenaar!' Ze was erg blij dat haar pigmentvlekken waren vervaagd."

Geen personeel

Ondanks dat ik er heel erg van hou om te werken in teamverband, heb ik er heel bewust voor gekozen om zonder personeel te werken. Op die manier kan ik de klant altijd de volle aandacht geven. Als je met stagiaires werkt, kun je de klant niet altijd garanderen dat ze door dezelfde persoon worden behandeld.

Hete kip

"Als ik merk dat klanten tevreden en zijn met het resultaat ben ik ook blij. Natuurlijk hoeft niet iedere klant dat te zeggen, iedereen gaat daar anders mee om. Sommige klanten zeggen niets en komen toch iedere keer weer terug, andere klanten bakken een taart. Ik heb ook een Molukse vrouw als klant, zij bracht laatst een pannetje hete kip mee als bedankje! Het is gewoon erg leuk om te merken dat je in de loop der jaren een band opbouwt met klanten. Sommigen komen hier al sinds het begin, al zestien jaar dus! Het is een teken dat ik mensen een goed gevoel geef en dat vind ik erg leuk. Ik heb geen plannen om dingen te veranderen. Ik ben dan misschien niet meer de jongste, maar voorlopig ben ik echt nog niet klaar. Het is nog steeds heerlijk om te doen!"

Voor aanvullende informatie:
New Eden Skincare,
Tel. (0345) 533770
www.neweden.nl



Profiel New Eden Skincare

Bestaat sinds:	1998
Oppervlakte:	30m ²
Aantal medewerkers:	1 (Ingrid zelf)
Merken:	Oolaboo, La Colline, Oolaboo, La Colline, Youngblood & Cell Fusion C
Specialismen:	Huidverbetering, massages, oplossen van huidproblemen, microbrasie, microneedling, glycolzuurpeeling, Meta-therapy, Photonlaser, Collageen booster



DECLÉOR LANCEERT EEN NIEUWE PRODUCTLIJN VOOR DE DROGE HUID

Intense Nutrition: Winterse Beauty Boost



Het belangrijkste ingrediënt van de Intense Nutrition-lijn is de essentiële olie Marjolaine. Deze bevat een hoge Gamma-terpine concentratie. De krachtige moleculen werken op de genen om de natuurlijke synthese van lipiden te stimuleren, de huidbarrière te versterken en het hydratatieproces te activeren.

Assortiment

Het assortiment van de Intense Nutrition productlijn bestaat uit een verzorgende dagcrème genaamd 'Crème cocoon réconfortante'. Het Nutri-protect Complex verhoogt de lipidsynthese en versterkt de huidbarrière. Het natuurlijke afweersysteem van de huid wordt versterkt en ruwe plekken op de huid verdwijnen. Een goede aanvulling op deze dagcrème is het 'Aromessence

marjolaine - Sérum Nourissant'. Deze versterkt de effectiviteit van de dagcrème. Als nachtverzorging is er een voedende balsem met de naam 'Baume de nuit nourrissant marjolaine'. Deze wordt 's avonds aangebracht om de celvernieuwing in de nacht te stimuleren.

Aangezien een droge huid niet alleen invloed heeft op het gezicht, introduceert Decléor de zogenaam-

de 'Crème mains nourit et protège'. Deze niet-vette handcrème met een soepele textuur voedt de huid door de essentiële olie van magnolia en voorkomt zichtbare tekenen van ouderdom terwijl de nagels worden versterkt. Irritaties en kloofjes verzachten en overmatig transpireren van de handpalmen wordt tegengegaan.

Voor aanvullende informatie:
INMA Cosmetics Nederland bv
Tel. (073) 6565433
www.decleor.nl

MINERAL SKIN COSMETICS ZET PRODUCTEN UIT NIEUWE LIJN IN SPOTLIGHTS

Xminerals haalt het beste uit Dode Zee mineralen

De Xminerals-lijn van Mineral Skin Cosmetics bestaat uit synergetische producten op basis van Dode Zeeminerale. Deze zijn gecombineerd en verrijkt met natuurlijke, aromatische plantenextracten. De formules bevatten tevens geavanceerde anti-aging werkstoffen waaronder peptiden, 'super fruits' (onder andere granaatappel), hoogwaardige antioxidanten, hyaluronzuur en essentiële aminozuren.



De Xminerals-producten laten de huid zacht, glad, elastisch en comfortabel aanvoelen. De formules zijn effectief in de strijd tegen een vroegtijdige huidveroudering en helpen de natuurlijke barrierefunctie en daarmee de weerstand van de huid te versterken.

Elite Superior Serum

Dit anti-aging serum op basis van Dode Zeeminerale- en algen bevat een hoog gehalte aan hydraterend hyaluronzuur en krachtige antioxidant werkstoffen van blauwe lotus, vitamine C en groene koffie, in combinatie met een geavanceerd peptidencomplex. Extracten van ginkgo biloba en de ultrakrachtige flavonoïde quercetine zorgen voor een opvallend gladde, veerkrachtige, stevige en langdurig jeugdige gezichtshuid.

Xminerals Hydra Day Cream SPF 35

Deze hydraterende dagcrème op basis van Dode Zeeminerale, algen, aloë vera, collageen en hyaluronzuur, zorgt voor een optimale vochtbalans en elasticiteit van de huid. De toegevoegde SPF 35 beschermt de huid tegen UV-straling. Het Huangqi-extract in combinatie met gember-extract helpt de vitaliteit en weerstand tegen externe invloeden van de huid te verhogen. De rijke samenstelling bevat tevens voedende olijfolie,

sheabutter, rijstzemelextract, soja- en tarweproteïnen, banaan-extract, alsmede teunisbloemolie. De vitaminen A en E en de antioxidant werkstoffen van onder andere. Camu-Camu fruit, granaatappel, mango en papaja helpen een vroegtijdige huidveroudering voorkomen.

Voor aanvullende informatie:

Mineral Skin Cosmetics
Tel. (033) 2464532
www.mineralskincosmetics.nl

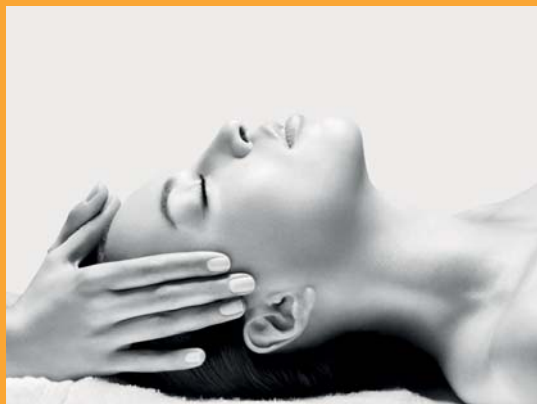




• *Le soin* •
Saisonnier!

OXYGENERENDE SEIZOENSBEHANDELING
SINAASAPPEL-KWEEPEER • HERFST-WINTER 2014-2015

CHRONOBIOLOGIE MET DE KRACHT VAN MINERALEN OM DE WINTER TE TROTSEREN.
VOOR ALLE HUIDTYPES, IN HET BIJZONDER VOOR VERMOEIDE HUIDEN ZONDER GLANS.
ONTDEK HET ZELF IN DE CABINE EN VERLENG HET EFFECT MET DE 2 THUISPRODUCTEN.
NU OOK EEN BIJPASSENDE HANDCRÈME MET SINAASAPPEL - KWEEPEER



 **SOTHYS**
PARIS

Exclusief in
Instituten en Spa's

Sothys, topklasse in professionele, optimale huidverbetering en verzorging op maat in meer dan 15.000 Instituten en wellnesscentra in 125 landen.

Voor informatie: tel. 0182-381005
e-mail: info@sothys.nl
www.sothys.nl



DERMAESTHETICS

SPECIALIST IN PEELINGS & RESURFACINGS
(NOT SKIN STRIPPING)



 **nimue**
SKIN TECHNOLOGY

MEDIUM

 **PCA skin**[®]

INTENSIVE

 **pHformula**
DERMATOLOGICAL SKIN RESURFACING

STRONG