

Fernöstliche Behandlungskonzepte im Institut

# Das besondere Erlebnis

Körperbehandlungen mit exotischen Wirkstoffen und asiatisch-inspirierten Massagen liegen derzeit voll im Trend. Im Gespräch mit BEAUTY FORUM schildert Monika Bröhl-Dillenburg, wie fernöstliche Behandlungskonzepte erfolgreich im Institut umgesetzt werden können.



Die Inhaberin der Casa Vitale in Bergisch Gladbach ist seit über 20 Jahren im Bereich Kosmetik tätig. Monika Bröhl-Dillenburg hat selbst viele Wellness-Behandlungen entwickelt, darunter die „Hot Stone Sensitive“-Massage und die „SipSenTai“-Massage als Bestandteil eines „Thai Spa“-Programms. Seit 2001 gibt die Wellness-Expertin ihr Wissen in Seminaren und Ausbildungen

weiter; sie ist als Bildungsanbieter Mitglied im Deutschen Wellnessverband ([www.wellness-professionals.de](http://www.wellness-professionals.de)).

■ **BEAUTY FORUM:** Sie haben Behandlungen entwickelt, die auf der fernöstlichen Philosophie basieren. Was ist das Besondere dieser Methoden?

Monika Bröhl-Dillenburg: Ich bin fasziniert vom Ansatz der Asiaten, die sagen: „Erst wenn der Kopf zur Ruhe kommt und die Gedanken in Harmonie sind, kann der Körper auch richtig entspannen.“ Also, solange wir hier im Westen noch immer in unserem gedanklichen Hamsterrad sind, können wir eine Behandlung nicht richtig genießen. Die asiatischen Methoden sorgen immer erst dafür, Geist und Seele in Ruhe und Harmonie zu bringen, damit der Körper dem folgen kann. Diesen Ansatz habe ich z.B. auch bei der Entwicklung der „Hot Stone Sensitive“-Massage konsequent verfolgt. Viele Kunden sind erstaunt, in welcher kurzen Zeit sie bei dieser Behandlung zur Ruhe kommen. Und zwar nicht, indem man sagt: „Denken Sie an nichts, entspannen Sie sich“ – was oft genau den gegenteiligen Effekt hat. Die Kunden sind mit Spüren beschäftigt, sie erfahren Berührungserlebnisse, die sie so nicht kennen: Sie spüren beim Auftragen des Öls den Pinsel auf der Haut, dann die glatten warmen oder kühlen Steine. Sie nehmen wahr, wie sie sich fühlen, wie sich die Behandlung anfühlt und bekommen ein anderes Körpergefühl. Und schon sind die Alltagsgedanken ausgeblendet.

Wichtig ist auch für die Kosmetikerinnen, bei der Behandlung den „Schalter“ im Kopf umzulegen auf Entspannung. Behandlungen und Behandlungskonzepte sollten so angelegt sein, dass wir



beim Behandeln ein gewisses Maß an Entspannung mitnehmen – über die ruhige Form der Arbeit, über die Zeit, die wir uns für die Kundin nehmen.

■ **Welche Grundvoraussetzungen sollte man mitbringen, um erfolgreich fernöstlich inspirierte Behandlungen anbieten zu können?**

Es kommt bei der ganzen Thematik natürlich immer auch darauf an, wie man persönlich „tickt“: Wenn man mit dem asiatischen Gedankengut nichts anfangen kann und eher der Typ „California Beach Girl“ ist, wird es schwierig; man ist dann bei der Behandlung nicht authentisch, nicht „gut“. Die Kundin spürt, dass man nur einen Trend mitmacht. Ist das fernöstliche Gedankengut aber etwas, das man für sich entdeckt, das einem liegt und gut tut, dann ist sicherlich mit relativ wenig Aufwand etwas daraus zu machen.

Wer professionell und erfolgreich fernöstliche Konzepte in sein Angebot aufnehmen möchte, sollte sich auch die Zeit nehmen, eine asiatische Massage zu erlernen. Also nicht die gewohnten Massagegriffe neu kombi-



nieren und ihnen einen anderen Namen geben, sondern wirklich etwas Neues erlernen – eine authentische, originale Anwendung. Dann kann man mit den entsprechenden Produkten und ergänzenden Behandlungsritualen eine „Geschichte“, ein stimmiges Angebot konzipieren. Dazu gehören auch Deko-Ideen, mit denen sich mit nur geringem Aufwand für diese spezielle Behandlung ein anderes Ambiente schaffen lässt als das, das die Kunden gewohnt sind.

■ **Wie lassen sich solche Behandlungsrituale und -zeremonien ohne großen Aufwand im Institut umsetzen?**

Da gebe ich meinen Ausbildungsteilnehmern immer den Tipp, wie man bereits über die Dekoration ein ganz anderes Ambiente schaffen kann. Der Kundin soll schon beim Betreten des Behandlungsraumes klar sein: „Hier erlebe ich heute etwas anderes als sonst!“ So kann man z.B. mehrere Tablettchen nehmen, diese je nach Motto der Behandlung schön dekorieren und dann im Schrank aufbewahren. Kurz

vor der Behandlung wird das passende Tablett auf einer Kommode, einem Beistelltisch etc. mit einem farblich passenden tollen Stoff platziert. So lässt sich in zwei Minuten eine andere Raumatmosphäre schaffen. Natürlich ist es toll, wenn jemand auch die Möglichkeit hat, die Lichtverhältnisse im Raum zu verändern. Für meine asiatische Fußbehandlung setze ich beim Fußbad nicht meine gewohnte Plastikwanne aus der Fußpflege ein, sondern eine tolle Bambusschale – und diese Schale gibt es dann wirklich nur für diese Behandlung. Solche Dinge lassen sich sehr leicht umsetzen.

**Tolles Angebot – guter Preis**

■ **Wohlbefinden und Entspannung für die Kundin ist ein Aspekt. Doch neue Behandlungskonzepte sollen der Kosmetikerin ja ermöglichen, sich abzuheben und einen entsprechenden wirtschaftlichen Nutzen davon zu haben. Wie beurteilen Sie diesen Aspekt?**

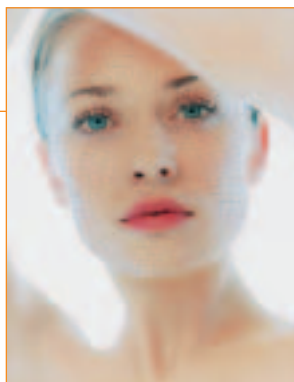
Bei einer Körperbehandlung mit Massage, Peeling und Packung ist man

ganz schnell bei 2,5 Stunden inkl. Ruhezeiten, z.B. während die Packung einzieht. In dieser Zeit kann man, wenn man in zwei Räumen arbeitet, bereits wieder etwas anderes vorbereiten oder eine andere Kundin verwöhnen, z.B. mit einer Teilkörperbehandlung. Während die zweite Kundin dann ruht, wird die erste Kundin weiterbehandelt. So kann man z.B. Paare oder Freundinnen parallel mit längeren Verwöhnprogrammen behandeln. Neben der zeitlichen Auslastung gibt es noch einen großen Vorteil: Die fernöstlichen Anwendungen sind nicht unbedingt sehr teuer, der Wareneinsatz für ein 2,5-Stunden-Programm liegt bei 20 €. Der Verkaufspreis für dieses Programm liegt jedoch – je nach Standort des Instituts, Ambiente etc. – zwischen 190 und 240 €. Dazu gehören 90 Minuten Massage (90–120 €), Körperpeeling, z.B. ein Kokosnusspeeling, angerührt mit frischer Kokosmilch, (30 €) und eine Körperpackung (je nach Packung 30–40 €).

■ **Jetzt gilt es also nur noch, die Kunden für das neue Angebot zu begeistern ...**

Sicher werden nicht alle Kunden gleich das komplette Programm buchen. Man kann zum „Eingewöhnen“ natürlich auch jeden einzelnen Behandlungspunkt aus dem gesamten Konzept einzeln anbieten – zum Beispiel eine einstündige asiatische Fußbehandlung: Ein braunes Zuckerpeeling für die

# Fernöstliche Pflegekonzepte



**Méthode Shin Tai**

Jean d'Arce – „Shin Tai“ ist eine Synthese zwischen östlichen und westlichen Konzepten. Durch die liebevolle, respektvolle Berührung der Haut werden Verspannungen gelöst – ein verjüngendes und entspannendes Verwöhnritual, das Anspannung und Stress vergessen lässt. Bei „Shin Tai“ kommen innovative Technologie und Pflegeschritte zum Einsatz, die der

Philosophie der östlichen Welt entstammen: ein wohlthuendes Reinigungsritual mit Fußbad, eine sanfte Gesichtsreinigung, moderne Microdermabrasion mit feinstem Saphirpulver, eine wohltuende Beruhigungsphase für optimalen Ausgleich, eine aktivierende koreanische Ringakupressur-Massage, eine chinesische Augen- und Lippenakupressur-Massage, eine spezielle Gesichtsmassage. Zwei Liftingphasen sorgen für ein sichtbares Behandlungsergebnis.

„Shin Tai“ verkörpert den Gedanken, dass außergewöhnliche Produkte – die der Premium-Serie „Miratense®“ – in Kombination mit einer professionellen Schönheitsbehandlung jeder Frau den „Schlüssel“ zu einer perfekten Haut bieten.

☎ Tel. 0 78 53/9 27 30, www.jda.de



**Asian Milk Beauty**

Babor Cosmetics – Die großartige kosmetische Wirkung der Milch ist seit Jahrtausenden bekannt. Ihre natürlichen Bestandteile, wie Milchzucker, Milchsäure, Fette, Proteine, Mineralien und Spurenelemente machen

Milch für die kosmetische Verwendung so wertvoll. Noch bevor Kleopatra die Wirkung der Milch für ihre Schönheit entdeckte, wurde sie bereits in China und Indien als Pflegemittel eingesetzt. Die Hautpflege mit Milch ist seitdem nicht aus der Mode gekommen.

Bieten Sie Ihren Kunden ein besonderes Erlebnis mit der hautaufbauenden und -beruhigenden Behandlung „Asian Milk Beauty“: Produkte wie das „Milk Bath“, ein Milchtonmasken-Pulver sowie die intensiv pflegende Körperpackung „Body Pack“ mit Vitamin E und Algenextrakt, jeweils kombiniert mit Milchkompressen, beruhigen irritierte Haut, spenden Feuchtigkeit und glätten das Hautbild. Stark beanspruchte Körperhaut wird im Rahmen der „Firm & Beautify“-Behandlung wieder streichelzart, das Wannenbad „Lactic Bath“ beruhigt die sensible Haut und spendet ihr Feuchtigkeit.

☎ Tel. 02 41/5 29 60, www.babor.de

Füße, ein Wellness-Fußbad in der Asia-Fußschale, eine asiatische Fußmassage, die sich völlig von der „normalen“ Fußmassage unterscheidet, eine exotische Fußpackung, die unter vorgewärmten, mit Ingwer und Heilkräutern gefüllten Fülllingen einwirkt. Für dieses Wellness-Erlebnis können Sie (je nach Standort) 60–70 € nehmen.

Letztendlich bezahlt die Kundin im Wellness-Bereich einen besseren Preis als in der Kosmetik, da sie mehr für die Dienstleistung als solche bezahlt. Aber die muss dann auch stimmen! D.h., die Behandlung darf nicht „zwischen Tür und Angel“ ausgeführt werden, das funktioniert nicht, da fühlt sich der Kunde genept. Denn Wellness heißt schließlich, sich in andere Hände begeben, sich verwöhnen lassen, umsorgt werden – und das wollen die Kunden auch spüren.

### Kundenmagnet Internet

■ **Ihr Tipp:** Wie geht man am besten an die Thematik heran? Und wie an die Kunden?

Zum einen ist es wichtig, sich so ausbilden zu lassen, dass man später verschiedene Angebotsmöglichkeiten hat: Man erwirbt einen Grundstock an Wissen und kann diverse Behandlungsvariationen – von kurz bis lang – anbieten, indem man ein-

zelne Komponenten immer wieder neu zusammenstellt. Nach der Ausbildung sollten zunächst zwei bis drei Programme ausgearbeitet und angeboten werden; von einer Stunde bis hin zu einem längeren Programm. Letztere kommen super an als Gutscheine – das sind ideale Geschenke, die sich die Kundin z.B. zum Geburtstag vom Freundeskreis wünscht. Und dann darf so eine Behandlung auch 200–240 € kosten. Die Kunden bezahlen das nicht immer selbst. Sie buchen die Behandlung vielleicht auch seltener, aber wenn mein Angebot stimmt, erwerbe ich mir den guten Ruf – und die Kunden kommen immer wieder.

Durch das neue „exotische“ Angebot strahle ich eine bestimmte Kompetenz aus, hebe mich ab, biete etwas Besonderes und bin mit meinem Institut dadurch auch etwas Besonderes. Dazu ist eine gewisse Aufbauphase nötig und es werden vielleicht auch nicht alle Kunden auf das neue Angebot anspringen – aber ich kann damit auch neue Kunden gewinnen durch

Werbung und vor allem durch Weiterempfehlungen.

Bei mir sind die neuen Kunden damals ganz stark übers Internet gekommen. Denn die Wellness-Kundschaft ist eine Klientel, die sich gerne vorab informiert, in die Suchmaschine bestimmte Stichworte eingibt, wie z.B. „Hot Stone Massage“, und sich dann anschaut, was es in ihrem Umfeld an solchen Angeboten gibt. Diese Kunden nehmen – wenn ihnen das Angebot zusagt – auch eine weitere Anfahrt in Kauf. Ein stimmiger Internetauftritt ist also enorm wichtig: Es sollten nicht nur Stichworte aufgezählt werden, sondern die Angebote sollten wirklich in der „Wellness-Sprache“ formuliert sein – vor allem muss das wiederzufinden sein, was man auch bietet. Aber Vorsicht: Das Versprechen der Homepage muss im Institut auch eingehalten werden! Mein größtes Kompliment war immer, wenn die Kunden am Ende der Behandlung gesagt haben: „Das war genau so, wie ich es mir vorgestellt habe!“ ■

## Fernöstliche Pflegekonzepte

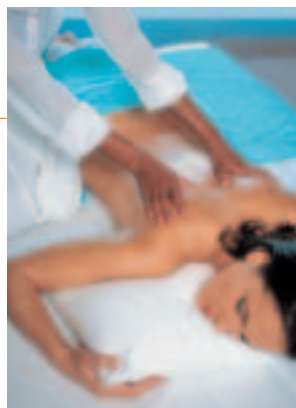


### Die 4 Elemente

**Ella Baché** – Das exklusive Konzept für Körperbehandlungen basiert auf den vier Elementen Erde, Wasser, Luft und Feuer. Die Behandlungen werden als Rituale gestaltet: Warme Lichtgebung, eigens für dieses Konzept komponierte Musik und ein orientalisches Ambiente mit verführerischen Düften erinnern an eine Reise in ferne Länder. Die Kosmetikerin ist während des gesamten Rituals anwesend und widmet ihre ganze Aufmerksamkeit der Kundin.

Die Behandlung beginnt mit einem Begrüßungsritual, das auf der Reiki-Philosophie basiert und auf die Zeremonie einstimmt. Nach einem sanften Peeling und einer Dusche folgt nun die einstündige „Massage der 4 Elemente“, die auf Ayurveda-Prinzipien beruht. Als Alternative kann auch eine 20-minütige straffende Spezialmassage angeboten werden, die stimulierend wirkt. Anschließend folgt eine Körpermaske (ca. 20 Minuten). Die dabei erlebte Ruhe sowie die Düfte aller Produkte stellen eine Wohltat für Geist und Sinne dar. In einem abschließenden Ritual wird der Kunde ganz sanft durch das Auftragen eines Pflegeprodukts wieder in den Alltag zurückgeholt.

■ Tel. 07 21/3 84 50 15, [www.ellabache.de](http://www.ellabache.de)



### Ayus Lomi

**Biodroga** – Fast alle fernöstlichen Lehren sind auf die Harmonie von Körper, Geist und Seele ausgerichtet. „Ayus Lomi“ setzt sich aus Methoden des jahrtausendealten, aus Indien stammenden Ayurveda-Prinzips und aus Elementen der hawaiianischen Lomi Lomi Nui-Therapie zusammen. Mit der Ganzkörperbehandlung „Ayus Lomi“ werden fernöstliche und polynesischen Traditionen und Rituale in einer

einzigartigen Behandlung kombiniert, denn: Die Grundgedanken beider Traditionen harmonisieren, Wohlgefühl und Einklang von Körper, Geist und Seele werden gesteigert und beide Behandlungen werden mit Öl durchgeführt.

Das Ergebnis der „Ayus Lomi“-Behandlung ist eine intensive Tiefenentspannung des gesamten Körpers. Es erfolgt eine Energiedurchflutung, die ein Fest für die Sinne bedeutet. Müdigkeit und Energiemangel gehören nach einer Ayus Lomi-Behandlung der Vergangenheit an, genauso Spannungen und Stress.

■ Tel. 0 72 21/6 88 03, [www.biodroga.de](http://www.biodroga.de)