

Neuaufgabe 2017

# Faszination Kosmetik I

Ein Leitfaden für die selbstständige Kosmetikerin



Paul Reinhold Linn - Dr. Christian Rimpler (Hrsg.)

**Paul Reinhold Linn  
Dr. Christian Rimpler (Co-Autor und Hrsg.)**

**Joanna Slaska (Co-Autorin)**

# **Faszination Kosmetik I**

Ein Leitfaden für die selbstständige  
Kosmetikerin

## **Danksagung**

Dieses Buch nach so vielen Jahren komplett neu aufzulegen ist nur möglich, wenn man viele Menschen zu Freunden gewonnen hat. Auch wenn ich weiß, dass manche meiner Thesen provozieren, so ist eines klar: Dieses Buch ist nicht gegen, sondern für die Branche der Kosmetik geschrieben worden.

Ich möchte mich bei allen so wunderbaren Menschen bedanken, die mit Gedanken, Erfahrungen, Fachwissen und viel Zeit geholfen haben, diesen ersten Band nach 12 Jahren wieder neu entstehen zu lassen.

Ganz besonders möchte ich mich bei Susanne Schlender, Annemarie Wolfsteiner und Ranina Monika Janz bedanken. Ihr seid großartige Kosmetikerinnen und bringt mir jede Menge Inspirationen mit.

Als ich vor Monaten Herrn Dr. Christian Rimpler ansprach, ob er Lust habe, mit mir zusammen dieses Buch herauszubringen, hat er spontan und sofort zugesagt. Dafür sowieso als auch für die freundschaftliche Verbundenheit und den sehr fruchtbaren Gedankenaustausch möchte ich mich besonders bedanken. Ebenfalls bedanke ich mich bei Herrn Dominik Bauermeister, Herrn Dr. Helmut Drees und den Eheleuten Angelika und Adelbert Frommer für die vielen Informationen und die offene Kommunikation.

Die Zusammenarbeit mit meiner Co-Autorin, Frau Joanna Slaska ist immer unkompliziert und eine große Freude für mich. Die Gastfreundschaft in Kiel ist legendär und der Austausch von Ideen und Gedanken ist ungeheuer wertvoll.

Ich darf mich glücklich schätzen, dass meine Arbeit so viel positive Resonanz hervorbringt. Ich bedanke mich für so viel

Achtsamkeit, Respekt und Freundschaft.

»*Namaste*«

*für*

*Regine Kretschmann*

## Vorwort Dr. Grandel

### Einführung

Die Kosmetik wandelt sich dramatisch - sie wird aufgewertet!

Herzlichen Glückwunsch zu Ihrer Berufswahl - oder: Kosmetikerin aus Leidenschaft?

Liebhabelei oder professionelle Kosmetik?

Kosmetik als Nebenjob

Kosmetik als Hauptberuf

Kosmetik: Ganz oder gar nicht!

### Was macht Menschen erfolgreich?

Urvertrauen oder Urmisstrauen ist hier die Frage

Introvertiert oder extrovertiert?

»The Big Five« der Persönlichkeit

Die Karrierewege der Big Five

Persönlichkeit führt? - Persönlichkeit führt!

Die fünf Säulen erfolgreicher Menschen

Erfolg hat nur, wer sich präsentieren kann

Will ich überhaupt erfolgreich sein?

Auf welchem Gebiet möchte ich erfolgreich sein?

Ich kann alles lernen!

Die Fähigkeit, erfolgreich zu sprechen

Welche Kompetenzen benötigen Sie?

Was haben so viele erfolgreiche Menschen gemeinsam?

Kunden kaufen nicht von depressiven Unternehmern

### Die Existenzgründung als Kosmetikerin

Aller Anfang ist ein Wagnis - der Start in die

Selbstständigkeit

Das Erste, was Sie brauchen, ist Ihr Konzept zur Gründung

Wichtige Voraussetzungen für die Gründung

Kleinunternehmer oder Vollunternehmer

### Der kosmetische Markt

Lernen Sie von den Erfolgreichen: Grundlagen zur

Kalkulation

Ihr Erfolg beginnt erst mit dem Verkauf von Ware!

Was gibt die deutsche Frau für Kosmetik aus?

Wie soll Ihr Geschäft denn heißen?  
Ein freigewählter Firmenname sagt etwas über Sie aus!  
Welche Zielgruppe ist Ihnen wichtig?  
Warum gerade dieser Standort?  
Einrichtung  
Produktauswahl  
Ihre Alleinstellungsmerkmale  
Der Business-Plan für Kosmetikerinnen  
Versicherungen müssen sein!  
Betriebshaftpflichtversicherung  
Welche Risiken müssen Sie versichern?  
Sachversicherung - Inhaltsversicherungen  
Die Kunst der zielgerichteten Kommunikation  
Kurze Einführung in die Kommunikation  
Die Kosmetik und die Psychologie  
Bewusstes und Unbewusstes  
Das Wesentliche ist unsichtbar  
Ihr Zukunftsorgan  
Die unstimmmige Kommunikation – Die paradoxe Situation  
Prinzipieller Aufbau eines Verkaufsgesprächs  
Die Eröffnungsphase  
Vermeiden Sie bitte paradoxe Situationen  
Ihr Händedruck wirkt kompetent und entschlossen  
Machen Sie bitte immer ein freundliches Gesicht  
Sprechen Sie Ihren Gesprächspartner mit Namen an  
Die ersten Sätze bedienen nur den Bauch  
Vertrauen führt  
Die Bedarfsanalyse  
Die wichtigsten Fragetechniken  
Geschlossene Fragen  
Offene Fragen  
Alternativfragen  
Suggestivfragen  
Kaufsignale erkennen  
Wiederholungen sind besonders wichtig  
Die Angebotsphase

[Von Einwänden und Vorwänden](#)  
[Die Abschlussphase](#)  
[Die Preispräsentation](#)  
[Die Rabattfrage](#)  
[Wissen Sie, was die wirkliche Kunst der Ein- und Vorwandbehandlung ist?](#)  
[Und wenn selbst das nicht funktioniert?](#)  
[Aktive oder passive Kosmetik?](#)  
[Wirkkosmetik oder Effektkosmetik?](#)  
[Das Internet verändert die Kosmetik im Institut](#)  
[Interview mit BABOR, Dr. Helmut Drees](#)  
[Welche Technik braucht es in der Kosmetik eigentlich?](#)  
[Ultraschall](#)  
[Professionelle Home-Kuren mit Ultraschall](#)  
[Mikrodermabrasion](#)  
[Diamant-Abrasion](#)  
[Hautanalyse](#)  
[Microneedling](#)  
[Biophotonen-Strahler](#)  
[Ein neuer revolutionärer Geräte-Ansatz - Kosmetik 4.0](#)  
[Was war zuerst da: Henne oder Ei?](#)  
[Ein Interview mit Annemarie Wolfsteiner aus Vohburg](#)  
[Was macht den Erfolg aus?](#)  
[Wie geht's weiter? ...](#)  
[Faszination Kosmetik II](#)  
[Faszination Kosmetik III](#)  
[Autorenverzeichnis](#)  
[Coaching und Seminararbeit](#)  
[Eingetragene Markenzeichen](#)  
[Bildnachweis](#)  
[Impressum](#)

# Vorwort Dr. Grandel

## **Schönsein erregt Bewunderung. Schönheit lenkt den Blick.**

Symmetrische Gesichtszüge, eine glatte und gesunde Haut, ein gut geformter, schlanker Körper. Das ist schön. Ja? Lässt sich Schönheit tatsächlich so einfach verpacken - oder ist es am Ende nicht etwas ganz anderes, das zählt?

Schönheit zeigt sich vor allem in einer positiven Grundeinstellung zum eigenen Körper und zum eigenen Aussehen. Sie ist geknüpft an die Wertigkeit des Selbst - und das wohl einzige und so einfache Geheimnis für eine Schönheit, die ein Leben lang glücklich macht.

Um dieses Glück zu erreichen, ist es natürlich nicht verwerflich, ihm ein bisschen auf die Sprünge helfen. Schließlich wusste schon Friedrich Schiller, dass „Schönsein ein persönlicher Verdienst“ sei. Kosmetik ist eine wunderbare Möglichkeit, die Freude am natürlichen Gesund- und Schönsein täglich neu zu beleben. Sie ist eine mehr als herzliche Einladung für jede Frau, ihre Schönheit zu enthüllen, zu betonen, zu erhalten - und wenn gewünscht, eben in Szene zu setzen. Schönsein heute bedeutet, sich gerne zu pflegen, sich etwas zu gönnen, genießen zu können und mit sich im Reinen zu sein. Wer sich gut fühlt und das auch gerne zeigt, ist schön - ganz unabhängig von Symmetrien und Körperformen. Denn Schönheit ist immer und in jedem Alter subjektiv gefärbt, und liegt damit allein im Auge des Betrachters. Ja: Jeder ist schön - genau so, wie er ist.

Die Neuauflage „Faszination Kosmetik I“ ist ein wertvoller Begleiter für alle, die sich mit Leidenschaft ihrem täglichen Handwerk widmen: der professionellen Kosmetik. Im Fokus stehen dabei so wichtige Aspekte wie die eigene

Profilschärfung und der Ausbau persönlicher Kompetenzfelder, aber auch der Umgang mit Kunden, die Kunst der Kommunikation und das erfolgreiche Verkaufsgespräch. Ideal für all diejenigen, die den Bereich der Dienstleistungskosmetik als Neueinsteiger für sich entdecken und erfolgreich besetzen möchten, aber unbedingt zu empfehlen auch für den nächsten Motivationsschub erfahrener Kosmetikerinnen.

Augsburg 2017  
Michael Grandel

# Einführung

Liebe Leserinnen und Leser,  
gerade erst im Herbst 2016 bin ich mit den Abschlussarbeiten zum mittlerweile dritten Band dieser Buchreihe »Faszination Kosmetik« fertig geworden. Und dabei fällt mir auf, dass der erste Band aus dieser Reihe bereits im Jahr 2006 veröffentlicht wurde! Das ist jetzt im Frühjahr 2017 mehr als 10 Jahre her!

Dieser Band wurde zweimal aufgelegt und ist seit ca. 4 Jahren schon mit insgesamt 3.000 Exemplaren ausverkauft. Wenn ich offen sein darf, so bestand zwar die Notwendigkeit, diesen ersten Band neu zu drucken, aber irgendwie lag es mir am Herzen, dieses Buch bei Neuauflage auch komplett neu zu schreiben. Denn in den letzten 10 Jahren hat sich viel in der Kosmetik getan. Und dies sollte sich in einem aktuellen Buch auch wiederfinden. Nur bislang fehlte mir der passende Impuls.

Im Juni des letzten Jahres wurde ich eingeladen, in der Nähe von Hamburg ein weiteres kosmetisches Fachinstitut zu besuchen. Da sprach mich die Inhaberin strahlend an und sagte zu Beginn des Gesprächs: »Lieber Herr Linn, jetzt lerne ich Sie endlich persönlich kennen. ... Ich habe damals in meiner Ausbildung ihr Buch gelesen. Das hat mich sehr angesprochen. ... Und außerdem bestand sogar meine Ausbilderin von der Kosmetikschule auf ihr Buch als Pflichtlektüre.« Das war ein deutlicher Impuls. Dies war der Impuls, der mir bis dato gefehlt hatte, mich endlich an die Neuüberarbeitung zu machen.

Mich »fasziniert« nach mittlerweile 15 Jahren als Unternehmensberater, als Trainer und als Coach in der Kosmetik, dass der Kontrast zwischen Luxus auf der Haut einerseits und der fehlende unternehmerische Erfolg bei den

meisten Kosmetikerinnen andererseits als gottgegeben akzeptiert, kaum analysiert und allermeist unverstanden ist.

Auf den ersten Blick könnte dies eine deprimierende Nachricht für Sie sein. Möglich. Auf den zweiten Blick sollen diese Umstände aber auch eine sehr große Chance für Sie sein, mit neuen Erkenntnissen und Glaubenssätzen<sup>1</sup>, einer sehr guten Strategie und mit viel Motivation sehr viel erfolgreicher als andere Kosmetikerinnen zu werden.

In diesem Buch geht es nicht um die fachliche Ausbildung zur Kosmetikerin. Die Fachlichkeit können Sie an jeder Fachschule für Kosmetik erlernen. Hier in diesem Buch geht es vielmehr um die Zukunft »als« ausgebildete Kosmetikerin. Sozusagen um das, wie Sie hinterher nach der Ausbildung mit dem Beruf wirklich im Sinne des unternehmerischen Erfolges glücklich werden können.

Warum haben so viele Kosmetikerinnen keinen echten unternehmerischen Erfolg? Warum scheitern so viele Selbstständigkeiten in der Kosmetik? ... Ein ganz wichtiger Faktor ist sicher, dass das Fach »Unternehmerin sein« in den Ausbildungen der zahlreichen Kosmetikschulen gar nicht angeboten wird. Das liegt ein wenig schon in der Natur der Sache begründet. Denn Erfolg lässt sich nicht einfach »unterrichten« - er muss einerseits durch den Lehrkörper vorerfahren sein und andererseits vorgelebt werden können. Die Kosmetikschulen sind heute perfekt in der Vermittlung der Theorie und Praxis für dieses hochspannende Handwerk, aber den allermeisten Ausbildern fehlt die eigene Erfahrung in einem eigenen Geschäft. Und wenn sie dann sehr erfolgreich geworden ist, so wird eine sehr gut verdienende Unternehmerin wohl kaum ihr Geschäft aufgeben wollen, um für deutlich weniger Einkommen an einer Fachschule zu unterrichten<sup>2</sup>, oder?

# **Die Kosmetik wandelt sich dramatisch - sie wird aufgewertet!**

Mittlerweile pfeifen es die Spatzen von den Dächern: Die Entwicklungen in der Zusammensetzung bzw. der Komposition der Wirksubstanzen, die stetig wachsende Fokussierung auf sogenannte Wirkstoffkosmetik<sup>3</sup> und nicht zuletzt die Entwicklung im apparativen Bereich der Kosmetik schaffen vielfältige neue Behandlungsmöglichkeiten, um die Haut einer Kundin nicht mehr nur zu pflegen, sondern auf Wunsch auch in frühere Hautbildzustände zurück zu versetzen<sup>4</sup>.

Diese Erweiterung macht nicht nur den Beruf einer Kosmetikerin sehr viel anspruchsvoller und spannender, sondern Ihre Kundinnen werden immer anspruchsvoller, weil sie mittlerweile in jeder Frauenzeitschrift lesen können, was heute in der Kosmetik wirklich möglich ist! Mit anderen Worten: Die Ansprüche der Kundinnen wandeln sich dramatisch zu mehr Leistung und sichtbaren Ergebnissen auf und in der Haut!

Dieser 1. Band ist in 6 große Kapitel unterteilt, um Ihnen den Schritt in die Zukunft der Kosmetik - die Kombination aus Wirkstoffkosmetika und Gerätekosmetik - wesentlich zu erleichtern und Sie schlussendlich als Unternehmerin erfolgreich zu machen!

Im ersten Teil schauen wir uns an, mit welchen Grundsatzfragen hinsichtlich der Berufstätigkeit wir uns als Kosmetikerin zu beschäftigen haben. Wie wollen wir unserem »Job« nachgehen? Und wie wirkt unsere Entscheidung auf unsere zukünftige Kundschaft?

Im zweiten Teil sprechen wir über das, was erfolgreiche Menschen gemeinsam haben. Wir werden Gedankenspiele kennenlernen, mit deren Hilfe wir uns auf den Erfolg richtig

einstellen lernen. Auch schauen wir uns die wichtigsten Persönlichkeitsmerkmale von Unternehmerpersönlichkeiten an. Denn Erfolg ist keine Glückssache!

Der dritte Teil hilft Ihnen ganz praktisch in der Existenzgründung bzw. bei einer möglichen Erweiterung Ihres Geschäftes. Die wichtigsten finanztechnischen Begriffe, wie Liquidität, Bilanzplanung, Forecast und Investitionsplanungen schauen wir uns in einer verständlichen Sprache an.

Das vierte große Kapitel führt Sie in die faszinierende Welt der Kommunikation ein. Warum ist Kommunikation oft so kompliziert? Und warum kann man nicht alles so einfach logisch nachvollziehen? Was treibt unser Gegenüber an? Sie werden viele Antworten finden. Mit Hilfe des Verständnisses aus dem vorherigen Kapitel lernen Sie hier die praktische Umsetzung an einfachen Beispielen. Und alle Beispiele finden Sie in Ihrer Praxis bzw. Ihrem Alltag wieder.

Im fünften Teil sprechen wir über die klassische und moderne Kosmetik. Wir werden sehen, dass sich die klassische Kosmetik bewährt hat, aber der neue Ansatz der sogenannten Dermakosmetik die Zukunft sichern hilft.

Abschließend stellen wir Ihnen im sechsten Teil eine völlig neue Geräteklasse bzw. ein Gerätekonzept vor: die „Kosmetik 4.0“. Auch lassen wir eine sehr erfolgreiche Kosmetikerin und Unternehmerin zu Wort kommen. Das ist ein spannendes Interview.

Wie geht es dann weiter?

Wenn Ihnen die Lektüre dieses Buches gut gefallen und Sie bereits ein Stückchen hat weiterbringen können, so stehen Ihnen noch Band 2 und Band 3 dieser Buchreihe »Faszination Kosmetik« zur Verfügung.

Im zweiten Band wird das Thema Verkauf für Kosmetikerinnen wesentlich intensiviert. Zusätzlich kommen die Themen Marketing und eine vertiefende Betriebswirtschaftslehre für Kosmetikerinnen auf den Plan.

Der dritte Band führt Sie in die zielgerichtete und konzeptionelle Kosmetik ein. Wesentlich geht es in diesem Band um einen konzeptionellen Ansatz für die Kosmetik im Institut, welcher Erfolge für die Kundinnen garantieren kann, die sogenannte Dermakosmetik®.

Um das aber auch bei den Kundinnen erfolgreich einzuführen, lernen Sie hier, Ihre Kommunikation noch viel genauer zu verfeinern, so dass Kundinnen sich für ein systematisches Behandlungskonzept begeistern lassen. In diesem Rahmen bzw. in diesem Kontext gehen wir auf den Verkauf, die Psychologie von Luxus und praktische Erfahrungen aus dem Marketing intensiv ein.

Wie Sie lesen können, könnte die Lektüre der Beginn einer langen Freundschaft zu dieser Buchreihe werden

Viel Erfolg bei der Lektüre wünsche ich Ihnen,

Ihr

Paul Reinhold Linn

# **Herzlichen Glückwunsch zu Ihrer Berufswahl - oder: Kosmetikerin aus Leidenschaft?**

Liebe Kosmetikerin, lieber Kosmetiker<sup>5</sup>, bzw. liebe Auszubildende in dem Fachbereich Kosmetik, Sie allesamt hat es bewogen, in den Berufszweig der Kosmetik hinein zu tauchen. Für die einen ist es sehr attraktiv, sich mit der Schönheit von Menschen zu beschäftigen. Und wer sich mit der Schönheit von Menschen auszukennen scheint, wird sicher selber als »Spezialistin in Sachen Schönheit« aus erster Hand schön bzw. schön bleiben. So die Idee.

Andere kommen auf den Einfall, sich einen Nebenjob zu schaffen, der recht einfach zu erlernen scheint und der ohne viele Qualifikationen oder größerem Ausbildungsaufwand<sup>6</sup> zu händeln ist.

Ist es sinnvoll, sich als fertige Kosmetikerin überhaupt selbstständig zu machen? Ob nun in Teilzeit oder als Vollzeitjob? Kann überhaupt jeder von seiner Persönlichkeit »selbstständig« denken und handeln? Brauchen Sie immer jemanden, der Sie antreibt und sagt, was Sie zu machen haben? Wie können Sie mit finanziellen Unsicherheiten zurechtkommen? Haben Sie die Nervenstärke, sich durchzubeißen?

Wollen Sie ein Taschengeld, ein regelmäßiges Einkommen oder ein Vermögen machen? Wenn Ihnen ein »Taschengeld« völlig ausreichend scheint, dann sollten Sie sich direkt, ohne sich große Gedanken zu machen bzw. ohne Vorplanung, als Kosmetikerin selbstständig machen. Denn im Schnitt »verdienen« die selbstständigen Kosmetikerinnen in Deutschland ca. 700 Euro brutto im Monat! Das nenne ich Taschengeld! Wohlgedenkt, das ist ein bundesdeutscher

Durchschnitt. Es gibt auch Ausnahmen! Hierzu aber erst später mehr.

Wenn Sie stärker auf ein regelmäßiges Einkommen »abfahren«, dann sollten Sie sich besser als Kosmetikerin anstellen lassen. Die Nachfrage nach Kosmetikerinnen ist riesengroß. Und der Vorteil ist, dass Sie im Schnitt 1.450 € pro Monat<sup>7</sup> sicher haben. Zugegeben, das ist nicht der große Verdienst, aber dieser Verdienst ist sicher! Die übliche selbstständige Kosmetikerin verdient weniger als die Hälfte laut dem Fachjournal »Kosmetik International« (siehe oben).

### **Liebhabelei oder professionelle Kosmetik?**

Ich kann sehr gut verstehen, wenn Sie sich schon zu Beginn dieses Buches fragen, was der Autor eigentlich von Ihnen will! ... Ganz offen und frei heraus: Ich will Sie zu einer Entscheidung bewegen, die es in sich hat!

»Liebhabelei« und die »professionelle Kosmetik« stehen sich hier gegenüber. Dies bedeutet nicht, dass Sie eine »professionelle Kosmetik« nicht auch als »Liebhabelei« betreiben können. Vielmehr geht es um die Absicht bzw. um das Ziel Ihrer kosmetischen Arbeit. Wollen Sie von Ihrer Arbeit leben – gut leben – können? Im Kontext zu dieser Frage ist die »Liebhabelei« eher eine Richtung, wo es um die Behandlung von Freundinnen und anderen netten Menschen geht. Man hilft sich untereinander gerne! Hier geht es um die gemeinsame Zeit und den Austausch untereinander. Alles ganz nett, bringt aber kein echtes Einkommen. Denn von »Freundinnen« und anderen netten Menschen wollen wir viel lieber Anerkennung und Freundschaft, als dass wir Geld fordern wollen. »Freundschaft« und Geld verdienen wollen scheinen sich gegenseitig auszuschließen.

In diesem Kontext beschreibt die »professionelle Kosmetik« eine Ausrichtung, wo es auch darum gehen darf und gehen

soll, Gewinne zu erzielen! Es geht um ein »Geschäft«, also um Umsätze, Erträge und die berühmte „Gewinnerzielungsabsicht“<sup>8</sup> (siehe auch § 4 Abs. 1 EStG).

Geschätzte 94 % aller Kosmetikerinnen in Deutschland sehen das leider etwas anders! Nicht etwa, dass von diesen Kolleginnen niemand einen Gewinn erzielen möchte, aber ein möglicher Gewinn im Institut wird nicht so sehr priorisiert<sup>9</sup>, um es vorsichtig auszudrücken.

Fragen Sie einmal bei Kolleginnen nach, wie erfolgreich ihr Geschäft läuft, so erhalten Sie nahezu immer die gleiche Auskunft: „Es läuft prima!“ Selbst dann läuft es immer noch „bestens“, wenn der Kosmetikerin das Wasser zum Halse steht. ... Wussten Sie, dass jedes Jahr um die 5.500 Kosmetikerinnen in Deutschland aufgeben müssen?

Die Regel in Deutschland ist die, dass eine Kosmetikerin an 6 Tagen in der Woche arbeitet. Von morgens bis spät abends durch. Oft genug arbeiten Kosmetikerinnen parallel an zwei Kunden gleichzeitig ... und kommen auf keinen grünen Zweig. Warum nicht? Weil die wenigsten verstanden haben, dass Kosmetik nicht nur eine Liebhaberei für die Verschönerung von Frauen und Männern, sondern auch ein Geschäft *ist* und sein *muss*!

Die entscheidende Frage zum Erfolg einer Kosmetikerin ist nicht die, wie lange sie täglich arbeitet oder wie viele Kunden sie pro Tag behandeln kann.

**Viel, viel wichtiger jedoch ist der Umsatz mit der Verkaufsware!**

Denn Gewinne kommen überwiegend nur aus dem Verkauf von Ware! Mit der Händen Arbeit kommt eine Kosmetikerin grundsätzlich auf keinen grünen Zweig. Selbstverständlich ist mir bewusst, dass es mittlerweile Spezialanwendungen

gibt, die in der Kabine erfolgen und enorme Erträge bringen. Nehmen Sie als Beispiel apparative Behandlungsformen, wie aktuell das Micro-Needling, die Hydroporation<sup>10</sup>, das Permanent-Make-Up, die Wimpernverlängerung oder die dauerhafte Haarentfernung. ... Aber selbst bei solch apparativer Behandlung geht am Ende nichts, wenn nicht zusätzlich zur Behandlung die entsprechenden Produkte für die Nachsorge zu Hause verkauft werden! Aber nochmals: Die Dienstleistung alleine bringt nicht genug ein! In einer Branchenbefragung aus dem Januar/Februar 2016 der Messe Düsseldorf wurde auf Seite 9 veröffentlicht, dass lediglich nur 18,8 % des Jahresumsatzes durch Warenverkauf erzielt wird. Wie soll das gehen?

Im Kapitel über die Betriebswirtschaft im zweiten Band dieser Buchreihe werden Sie in einer sehr vereinfachten Form dennoch deutlich erkennen können, dass der Arbeitslohn Ihrer Hände Arbeit mit Ach und Krach Ihre Kosten zum Betrieb Ihres Unternehmens decken wird. Es ist in der Branche ein offenes Geheimnis, dass Sie mindestens 1 Euro pro Minute Arbeitslohn als Umsatz erzielen müssen. Vorsichtig geschätzt sind es aber um die 90 % aller Kosmetikerinnen, die diesen Minutenumsatz aus ihrer Dienstleistung nicht erreichen. Ein gutes Beispiel hierzu: Vor einigen Wochen besuchte ich eine Kosmetikerin und sprach mit ihr ihre Preisliste durch. Sie bietet eine „einfache Fußpflege“ für 22 Euro an. Mit Lack wären es 25 Euro. Sie gibt an, dass sie mit 30 Minuten zeitlich hinkomme. Ich frage nach, wie lange Sie dann an Zeit benötigt, das Fußpflegebesteck, die Wanne (Fußbad) und den Raum wiederherzurichten und für die kommende Kundin vorzubereiten. Sie antwortet, dass dies nur knappe 10 Minuten Arbeit wäre. Wenn ich hier die Zeiten überschlage, so komme ich auf knappe 40 Minuten Arbeitszeit, die mit 22 Euro berechnet wurde. Das nenne ich Liebhaberei, für 0,55 Euro pro Minute gearbeitet zu haben.

Wer zufrieden ist, mit dem, was er ist und dem was er hat, der braucht hier nichts zu beachten! Hier geht es nicht um die Erhöhung eines über allem schwebenden Verkaufsdruckes. Nein, natürlich nicht. Es geht um die Klarheit bzw. um die Transparenz zu Einnahmen, Ausgaben und Erträgen, so dass es Ihnen möglichst auch betriebswirtschaftlich lange Spaß bereiten kann. ... So kenne ich persönlich einige Kosmetikerinnen, die sehr vermögend ihrem Lieblingsberuf nachgehen. Da werden zwei Kundinnen pro Tag behandelt. Eine solche Kosmetikerin benötigt keine Ratschläge zum Glückhsein. Ihre Zahlen oder Kennziffern vom Steuerberater interessiert sie nicht wirklich. ... In einem solchen Fall würde ich höchstens einmal klären, ob eine Behandlung wirklich gut abgeschlossen werden kann, wenn die für die Heimpflege notwendigen Produkte nicht mitverkauft würden.

## **Kosmetik als Nebenjob**

Stellen wir uns vor, dass eine Dame im augenblicklichen Beruf nicht glücklich ist und sich nebenbei eine Existenz als Kosmetikerin aufbauen möchte. Oder als Mutter und Hausfrau möchte sich eine andere Dame etwas nebenbei verdienen. So weit, so gut. Das Problem ist in allen Fällen dasselbe: Kann die Kosmetikerin nebenbei erfolgreich werden und Gewinne erzielen? Ich persönlich glaube das nicht! Es geht noch nicht einmal darum, ob die Kosmetikerin zuhause in einem Nebenzimmer arbeitet oder nicht. Es geht um die Glaubwürdigkeit und Professionalität. Sofern die Kosmetikerin für die Kundin den Eindruck erweckt, dass sie lediglich „nebenbei“ ihr Handwerk verrichtet, wird sie es ungeheuer schwer haben, so professionell genug rüber zu kommen, als dass die Kundin von ihr aufwendige Behandlungen erwarten kann und einfordern wird.

Geringe Umsätze bzw. geringe Gewinne lassen wenig Investitionen zu! Damit fehlt es an ausreichender Menge an Ware, einer angemessenen Sortimentstiefe und an wichtigen weiteren Tools. Angefangen bei der professionellen Hautanalyse bis hin zur apparativen Kosmetik, die mittlerweile unverzichtbar geworden ist! Aus meiner Sicht sollte der Nebenjob in der Kosmetik nur für den Übergang, also zeitlich begrenzt ausgeübt werden und in den Hauptberuf zur Kosmetikerin führen. Zum einen müssen Sie Gewinne bzw. die Gewinnerzielungsabsicht dem Finanzamt nachweisen können, damit Ihre Investitionen in Ihre Einrichtung und Ausstattung überhaupt steuermindernd anerkannt werden wird. Und zum anderen würde ein fehlender Erfolg die Motivation im Sturzflug abfallen lassen. Schließlich soll Ihnen Ihre Tätigkeit auch Freude bereiten, oder?

## **Kosmetik als Hauptberuf**

Die Problematik der Kosmetik im Nebenjob, also die der nicht anerkannten Professionalität und fehlender Glaubwürdigkeit, überträgt sich auch auf die Varianten, Kosmetik zwar als Hauptberuf aber dafür in Heimarbeit bzw. via Hausbesuche anzubieten. Sie können so gut und perfekt arbeiten wie Sie wollen, wenn Sie dies von zuhause aus tun, wird man Sie nicht anerkennen! Stellen Sie sich vor, Sie müssten als Kundin durch den privaten Eingang und Flur eines Hauses oder Wohnung gehen, um ins „Institut“ zu kommen. Wie würden Sie sich dabei fühlen? Vielleicht läuft Ihnen noch ein Hund oder anderes Haustier über die Füße? Hätten Sie da auch nicht den Eindruck, dass Sie da nicht hingehören?<sup>11</sup> Na, wie authentisch ist hier die professionelle Kosmetik?

Berücksichtigen Sie bitte immer, dass die Kundin von heute wesentlich mehr Wert auf Professionalität statt lediglich nur auf Hautpflege legt!

Um erfolgreich zu sein, benötigen Sie auf lange Sicht eigene separate Räumlichkeiten! Am besten tatsächlich in der Optik einer Praxis. Denn Praxisambiente suggeriert ohne Worte ein hohes Maß an Professionalität. Ein Empfangsbereich, ein gefülltes Warenregal und gute Beleuchtung, eine Kabine mit Wasseranschluss in weißem „schwedischen“ Möbel-Design sind nahezu perfekt.

### **Kosmetik: Ganz oder gar nicht!**

Wie Sie bereits weiter oben erkennen konnten, scheitert der Nebenjob in der Regel an der nicht transportierbaren Professionalität. Noch vor einigen Jahren, als lediglich die Hautpflege im Vordergrund einer kosmetischen Behandlung stand, war eine Kosmetik auf kleinerer Flamme, sozusagen in Nebenräumen möglich. Heute hingegen entwickelt sich die Kosmetik in einem rasanten Tempo in eine High-Tec-Disziplin; - sozusagen von der Kreisklasse über die Bundesliga zur möglichen Champions-League.

Mir persönlich scheint es so, dass die allermeisten diesen Aspekt noch nicht ganz zu überschauen scheinen. Möglicherweise war die Entwicklung für einige langjährig berufserfahrenen Kosmetikerinnen zu rasant. Ich persönlich kenne noch Kolleginnen, die die aktuelle Kosmetik philosophisch in mindestens zwei Lager teilen. Da ist die Kosmetik von Hand! Hier werden keine technischen Geräte zum Einsatz gebracht. Es überwiegt die Zeremonie, aus Reinigungsarbeiten, Massagen, Maske und dem Aufbringen von Ampullen zum Abschluss der Sitzung. Die andere Richtung ist die der kombinierten Behandlungen aus Technik und der sogenannten Wirkstoffkosmetik. Der Markt, die Kundinnen, der Wettbewerb, allesamt fordern Höchstleistungen in Punkto Hautbildverbesserungen, Glättung von Falten und Straffung bzw. Verstärkung des Gewebes der Haut im Gesicht und anderen sichtbaren

Stellen. Und es ist logisch, wenn immer mehr Frauen nach solchen hochwirksamen Behandlungsformen fragen und Ausschau halten, dass dann mittel- bis langfristig die klassische Kosmetikerin, die die Kosmetik wie noch vor 20 Jahren betreiben möchte, nicht ganz so attraktiv wirken wird, wie es die Kosmetikerin kann, die auf technisch besten Stand ausgerüstet ist und diese Technik auch in die Behandlungsangebote einbauen kann. Hier geht es eindeutig nicht um Philosophie, sondern vielmehr um die Ausrichtung am Markt und am Stand der Biochemie und Apparatetechnik. Also, wollen Sie nun einem Job nachgehen, oder möchten Sie mit bei den erfolgreichen Kosmetikerinnen sein, die viel, viel deutlichere Wirkungen auf und in der Haut aufzeigen können, die zufriedener Kunden haben, höhere Behandlungspreise erzielen und mit dem Verkauf von Produkten sehr gut leben können?

**Treffen Sie eine Entscheidung - jetzt!  
Wollen Sie Profi werden?**

**Möchten Sie mit Ihrer Arbeit als Spezialistin  
anerkannt werden?**

**Wollen Sie ergebnisorientiert arbeiten?**

**Möchten Sie in eigenen Praxisräumen arbeiten?**

**Lieben Sie Erfolg, Anerkennung und Geld?**

**Reisen Sie gerne? Geben Sie gerne »Kohle« aus?**

**Möchten Sie erfolgreich sein?**

Wenn Sie alle 8 Fragen mit einem eindeutigen »JA« beantworten können, dann ist der Beruf der Kosmetikerin für Sie extrem richtig!

Denn mit Kosmetik kann man sehr erfolgreich und sehr beliebt werden. Kunden lieben gute Kosmetikerinnen, selbst dann noch, wenn sie etwas teurer wären, als andere!

»Ja oder Ja?« ... Legen Sie los!



# Was macht Menschen erfolgreich?

Es ist immer wieder verblüffend, wenn man mitbekommt, dass zwei Kosmetikerinnen nahezu dasselbe Unternehmen, mit dem gleichen Produktsortiment handeln, komplett identische Konzepte anwenden bzw. strategisch arbeiten und dennoch extrem unterschiedliche Ergebnisse realisieren. In den vielen Jahren meiner Tätigkeit als Coach für Kosmetikerinnen kann ich von Fällen berichten, bei denen die Größe des Betriebes, Anzahl der Mitarbeiter, des kosmetischen Depots vergleichbar waren, nur die Frage der Standortwahl für die eine Kollegin deutlich schlechter ausgegangen ist, als für die andere. Und was kam beim Vergleich des finanziellen Erfolges beider Institute heraus? ... Tatsächlich konnte die Dame mit dem ungünstigeren Standort<sup>12</sup> deutlich bessere Ergebnisse vorweisen, als vermutet.

Aus meiner Sicht sind die wichtigsten Faktoren zum Gelingen einer Selbstständigkeit zwei Aspekte. Zum einen ist es ein gut durchdachtes Konzept. Zum anderen, und das scheint mir das Wichtigste zu sein, ist es die jeweilige Persönlichkeit der Gründerin bzw. des Gründers. Ganz oberflächlich betrachtet können wir es auch so formulieren:

**Die erfolgreiche Unternehmerin macht da weiter,  
wo die Erfolglose bereits aufgegeben hat!**

Wenn Sie sich und andere beobachten, so fällt Ihnen auf, dass dieser Satz so oberflächlich gar nicht ist. Da gibt es Kolleginnen, die setzen nur auf wenige Wochen Ausbildung zur Kosmetikerin. Es gibt andere, die sich 2 oder 3 Jahre lang ausbilden lassen. ... Und es gibt fertig ausgebildete Kosmetikerinnen, die, weil sie ja »ausgebildet« sind, jede

weitere Zusatzausbildung meiden. Die Gewinner in der Branche lernen stetig mehr durch Kurse und Seminarveranstaltungen dazu. ... Da gibt es Leserinnen, die dieses Buch nach wenigen Seiten der Ansicht weglegen und besseres zu tun haben, als sich mit den Inhalten zu beschäftigen zu müssen. Und klar, da gibt es andere, die planen neu, die konzeptionieren um, sie gestalten überraschend anders, erfinden sich neu, entwickeln neue vernünftige Preislisten, und so weiter. Sie betreiben Aufwand, wo die Erfolglose längst keinen Sinn mehr erkennen kann. Vielleicht hat die Erfolglose einfach auf zu viele Stimmen gehört, die allesamt keine so große Ahnung haben? ... Damit Sie mich richtig verstehen: Hier geht es nicht um Fähigkeiten, Versagen oder moralische Schuld! Es geht um die Frage der Persönlichkeit, der persönlichen Stärke. Glauben Sie, dass Sie für Ihre Sache so einstehen können?

Diese Frage nach Ihrer eigenen Persönlichkeit: ob Sie eine Unternehmer-Persönlichkeit haben, oder nicht? - kann Ihnen dieses Kapitel bzw. dieses Buch nicht beantworten. Die Frage ist vielmehr an Sie selber gerichtet. Im Nachfolgenden möchten wir Ihnen sozusagen helfen, die richtigen Fragen an sich selber zu richten, um der eigentlichen Antwort deutlich näher zu kommen. Für Sie wichtig zur Beachtung ist nur dies, dass Ihre Antworten an sich selber ehrlich und selbstkritisch sein müssen. Nur so erhalten Sie wertvolle und hilfreiche Hinweise zu Ihrer Persönlichkeit. Die im nachfolgenden Text aufgeführten *Typen* sind nicht nur wertvoll und wichtig im Zusammenhang mit der Unternehmerpersönlichkeit, sondern sie erweisen sich auch als hilfreich in sämtlichen Bereichen, wo wir als Menschen mit Menschen in Beziehung treten. Das Wissen um die Typen erleichtert den Umgang mit den Mitmenschen, denn man merkt mit der Zeit schnell, wo der andere aufgrund

seiner Persönlichkeit nicht ganz so gut über seinen Schatten springen können wird.

Niemand wird sozusagen als Unternehmerin geboren, und dennoch scheinen es Grundanlagen bei Motivation und Merkmalen, wie Mut, Kraft, und kommunikativen Fähigkeiten zu geben. Während noch der Philosoph Immanuel KANT (1724 - 1804) zwischen Person und Persönlichkeit unterscheidet und die Persönlichkeit eines Menschen als die Freiheit und Unabhängigkeit von der Natur bzw. zur sittlichen freien Selbstbestimmung lobt, streiten sich heute die Psychologen mit den Medizinern, ob Persönlichkeit eine Anlage im Sinne der Vererbung ist oder durch Umweltbedingungen erst pränatal und/oder frühkindlich entwickelt wird. Die meisten Psychologen - besonders die psychoanalytisch orientierten - favorisieren die These von der erziehungsbedingten - oder allgemein formuliert - von der sozialisationsbedingten Persönlichkeit, deren Reifung bereits vorgeburtlich bzw. frühkindlich entwickelt wird in Folge von ungelösten seelischen Konflikten. Wissenschaftler aus dem Bereich der Medizin neigen eher dazu, die Persönlichkeit als erblich bedingt zu betrachten.

In einem allerdings sind sich die verschiedenen Wissenschaftler einig. Persönlichkeit ist eine Größe, die über lange Zeiträume konstant und relativ stetig ist. Sie verändert sich nicht schnell und auch nicht als ganzes System, sondern vielmehr in einzelnen Teilbereichen. So zum Beispiel kann sich das Selbstwertgefühl verändern in dem Sinne, dass man selbstsicherer werden kann, wenn man über eine große Basis von Fachwissen verfügt und dieses auch gut anderen Menschen vermitteln kann. Aber es verändert nicht das Selbstwertgefühl als Ganzes, sondern nur im Fachbereich oder auf der beruflichen Ebene, während andere Bereiche des Lebens wie die Genussfähigkeit, die