

Client: Allergan
Account: Facial
Medium: Gala
Published: January 3rd, 2013
Circulation: 344,192

Haas & Health Partner
PUBLIC RELATIONS
A CHANDLER CHICCO COMPANY

• *generated coverage* •



Schnell mal jünger:
Hightech-Masken und
Botox-Spritzen als
Anti-Aging-Maß-
nahmen mit Sofort-
effekt boomen

Trends 2013

Was wird uns demnächst in puncto Schönheit bewegen? GALA präsentiert SIEBEN GROSSE BEAUTY-THEMEN, die Lust auf ein selbstbewusstes, buntes, eigenwilliges Jahr machen

TEXT: ANGELIKA BRODDE

HOLLYWOOD-LOOK

Forever Young

Das wichtigste Motto: Wir bleiben länger eitel – und länger schön! Dass 50 das neue 30 sein soll, wird in Hollywood ja schon länger behauptet. Jetzt beweisen Zahlen der Deutschen Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie (DGÄPC): Der Trend ist auch bei uns angekommen. Das Durchschnittsalter für eine Behandlung steigt kontinuierlich, es liegt heute bei knapp 41 Jahren. Vor allem die Altersgruppe der 41- bis 50-Jährigen sorgte 2012 für Zuwächse bei den Beauty-Docs. Die Lieblings-Treatments der neuen, schönheitsbewussten Alpha-Generation – Lidstraffungen, Botulinum- und Fillerbehandlungen – werden heute stärker nachgefragt als je zuvor.

Jennifer Aniston, 43

Sandra Bullock, 48

Jennifer Lopez, 43

• generated coverage •



Paradiesvögel

2013 wird das Jahr der schrillen Typen! Zum einen sorgt Social Networking dafür, dass Paradiesvögel im Aufwind sind – die Generation Facebook liebt Schnapshots mit Hinguckern, die man einfach anschauen muss. Zum anderen lenken neonrote Lippen und pinkfarbene Haare von der x-ten Meldung zur Euro-Krise ab. Mutige Looks sind eine Antwort auf pessimistische Nachrichten, sagen Trendforscher und haben auch gleich den passenden Slogan parat: „Red is the new black.“

Pop-Ikone Katy Perry

Rapperin Nicki Minaj

Mega-Star Lady Gaga

Schön und sicher

Vor der Beauty-OP sind klare Worte angesagt

Beauty-Docs reden jetzt offener über mögliche Probleme, Patienten fragen kritischer nach, bevor sie sich für einen Eingriff entscheiden. „Noch vor Kurzem haben viele Patienten die modernen Verschönerungstechniken als Kosmetik wahrgenommen“, erklärt François Niforos, Chirurg und Leiter der „Médispa“-Klinik in Lyon. „Doch heute werden die Eingriffe wieder als medizinische Maßnahme angesehen. Man könnte von einer neuen Ära reden, einer Ära der Reife.“ Drei Beispiele für aktuelle Maßnahmen, die die Sicherheit fördern:

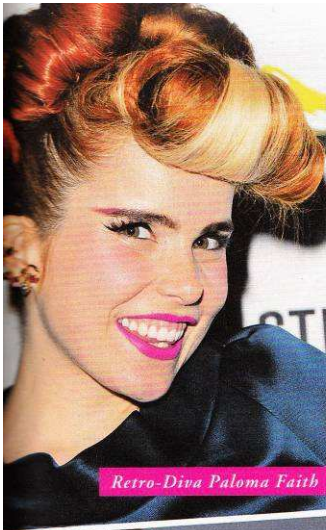
1. NACH DEM IMPFPASS KOMMT JETZT DER ÄSTHETIKPASS, in den Ärzte nach einer Filler-Behandlung wichtige Informationen bis hin zur Chargennummer

is verwendeten Produkts eintragen. Vorteile für die Patienten: Die Verwendung wenig erprobter Billigpräparate wird unwahrscheinlicher, außerdem ist im Fall eines Arztwechsels, einer weiteren Behandlung oder bei auftretenden Problemen lückenlos dokumentiert, was wo unterspritzt wurde. Initiiert wurde der Pass von Juvéderm-Hersteller Allergan, der so für mehr Vertrauen und Sicherheit bei Patienten sorgen will. Mehr Informationen unter www.mein-aesthetik-pass.de

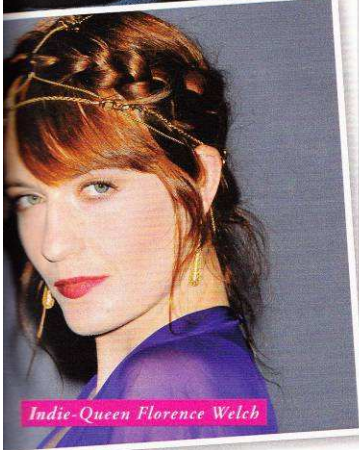
2. NEUES FÜR DIE BABYBOOMER: Lifting hat mit dem bloßen Glättziehen der Oberhaut und mit tiefen Schnitten ins Gewebe nichts mehr zu tun. Das aktuelle Schlagwort heißt „Macs“-Lift. „Hierbei



• generated coverage •



Retro-Diva Paloma Faith



Indie-Queen Florence Welch

wird das Bindegewebe durch Nähte gestrafft", erklärt Eva Lang, Chirurgin aus Zweibrücken. Besonders geeignet ist die Methode für Patienten zwischen 40 und 60 Jahren, deren Haut zwar zu altern beginnt, aber noch elastisch ist. Einer der wesentlichen Vorteile der Technik: kleinere Narben, geringere Verletzungsgefahr der Gesichtsnerven.

3. DIE JÜNGSTE GENERATION DER LASER-, BLITZLAMPEN- UND RADIOFREQUENZGERÄTE vereint verschiedene Technologien in einem Tool. Für Patienten ein Vorteil, denn in Fachkreisen wird durchaus gelästert, dass manche Ärzte Empfehlungen eher nach den Möglichkeiten der in ihrer Praxis vorhandenen Laser ausrichten als nach den Bedürfnissen ihrer Patienten. Die neuen Multifunktions-Tools schützen vor solchen 08/15-Maßnahmen.



KÖRPERKULT

Design your Body

Kleine Makel am Körper werden in Zukunft nicht mehr akzeptiert. Der Dermatologe Stefan Duve berichtet von den Fachkongressen in Hongkong, Moskau und Dubai: „Das Hauptthema bleibt Body-Forming mit Radiofrequenz, Blitzlampe und Laser.“ Ganz neu: „Aqualyx“, eine Fettweg-Spritze, die erstmals eine Gallensäure gegen Fettzellen einsetzt. Für ein Areal in der Größe eines DIN-A4-Blattes sind nur noch zwei Einstiche nötig, außerdem fallen die Nebenwirkungen deutlich milder aus, sagt Duve. Der Preis für eine Behandlung beginnt bei 300 Euro. Eine zweite, brandneue Maßnahme: Treatments mit „Cellulaze“, einem Anti-Cellulite-Laser (Behandlung der Beine, ab 3000 Euro).

Die Zahl der Schönheits-OPs steigt, aber immer weniger Frauen wollen eine Brustvergrößerung – Folge des „Pip“-Skandals um minderwertige Implantate

• generated coverage •

Die Kopfhaut im Fokus der Haarpflege: Neue High-tech-Tinkturen versprechen Prachtmähnen

KOSMETIK

Schöne neue Stammzellenwelt

Stammzellen bleiben das heiße Thema bei den Creme-Unternehmen. Wie kann man die natürliche Zellbildung in Dermis und Epidermis unterstützen? Eine wichtige Frage. „Wenn das gelingt, ist eine Regeneration der Haut möglich“, erklärt Prof. Bernhard Homey von der Uniklinik Düsseldorf. Im Klartext: Falten bilden sich dann zurück. Shiseido setzt bei einem neuen Produkt auf einen biotechnologischen Komplex, der die Stammzellen der Dermis reanimieren soll. Auch andere Firmen haben ähnlich clevere Produkte angekündigt.

SERUM FÜR DIE HAARFOLLIKEL-STAMMZELLEN: „Initialiste“ von Kérastase, 60 ml, ca. 43 Euro (ab Januar)

SETZT NATIVE STAMMZELLEN AUS ECHINACEA EIN: „Anti-Age Global“ von Yves Rocher, 50 ml, ca. 44 Euro (ab Februar)

VERSpricht SOFORTWIRKUNG: „Bio-Performance Advanced Super Restoring Cream“ von Shiseido, 50 ml, ca. 108 Euro (ab Januar)

STÄRKT DIE STAMMZELL-INTERAKTION: „Forever Youth Liberator Serum“ von Yves Saint Laurent, 30 ml, ca. 85 Euro (ab Februar)

Smarte Technik

Kein Erfolg ohne perfekte Helfer – das gilt jetzt auch für kosmetische Wirkstoffe. Das neue Beauty-Jahr steht im Zeichen verbesserter Anwendungs-Tools und interaktiver 24-Stunden-Beratung

Mit Marken wie Lancôme, Vichy und L'Oréal Paris im Portfolio hat Jérôme Bruhat, Geschäftsführer der L'Oréal-Gruppe Deutschland, eine klare Prognose: Innovative Inhaltsstoffe stehen weiterhin im Mittelpunkt – doch ihr Weg vom Forschungslabor bis auf die Haut der Kunden verändert sich. Virtuelle Beratung und eine optimierte Anwendung gewinnen zunehmend an Bedeutung.

Reicht es nicht mehr aus, einfach eine gute Creme zu entwickeln?

Hochwirksame Inhaltsstoffe bleiben das A und O für innovative, effiziente Produkte. Solche Produkte sind aber auch komplexer. Das verlangt von uns, die Kunden bei der Auswahl optimal zu unterstützen. Ermöglicht wird das durch die Digitalisierung, immer mehr auch mit Apps. Wir bieten mit der „Color Finder App“ eine völlig neue Technologie an: Sie analysiert die individuelle Haarfarbe am eigenen Foto und empfiehlt geeignete Farbtöne.

Wie kann die Anwendung optimiert werden?

Zum Beispiel durch mechanische Applikatoren für ein gezielteres Auftragen, die so die Wirkung des Produkts unterstützen. Daneben gewinnen elektrische Geräte an Bedeutung. Im Januar bringt L'Oréal Professionnel mit Rowenta den „Steampod“ auf den Markt, der die Haare mit Dampf schonend glättet oder wellt. Mit die wichtigste Neuheit in diesem Jahr ist „Clarisonic“, eine neue Generation von Gesichtereinigungsbürsten, die eine bessere Aufnahme von Anti-Aging-Wirkstoffen ermöglicht.

Jérôme Bruhat von L'Oréal setzt auf digitale Beratung und neue Anwendungstechniken

FOTOS: LEO KROMBECHER/RAUBLUT FOTIION (4), FACE TO FACE (2), DOP IMAGES, STAFFACE, PICTURE ALLIANCE, ACTION PRESS, GETTY IMAGES, RUTLEY, MAXTREE (3), PH

GALA 58

• generated coverage •



Der kommende Sommerlook auf der Issa-London-Show: „Garten Eden“

Schlicht & blumig im Geisha-Look

Asiatische Models und Looks auf den Modeschauen für den kommenden Sommer lassen keinen Zweifel zu: Der ferne Osten ist hip. „Allgemein ist Asien Inspiration. China für Architektur, Korea für Technologie, Indien für Design“, sagt Trendforscherin Mayouri Sengchanh und verrät: „Seoul ist die Stadt, in die meine Branche im Moment am häufigsten reist.“ Auf einem P&G-Beauty-Symposium prognostizierte die Französin für 2013 einen Schmink-Trend, der deutlich an die Ästhetik der Geishas erinnert. Skulpturale Frisuren, ein heller Teint, klare Farben und Blütenschmuck werden eine wichtige Rolle spielen, glaubt Sengchanh. Dass uns die schlichte Perfektion des Geisha-Looks besonders bezaubern soll, hat aber noch einen weiteren Grund. „Er fokussiert sehr auf Tradition, was in Krisenzeiten immer eine besondere Anziehungskraft hat.“ In unseren Beauty-Alltag hatte Asien schon 2012 Einzug gehalten mit den Exportschlägern Haaröle und BB-Cremes. 2013 sollen CC-Cremes folgen (CC = Colour Correction) – das kündigten Chanel und Olaz an.

Kimono-kult von Haider Ackermann – fürs Frühjahr 2013

59 GALA