

Sybille Feindt

# Wellness in der Fußpflege

Kleine Zusätze – große Wirkung



Verlag Neuer Merkur GmbH

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© 2011 Verlag Neuer Merkur GmbH

Verlagsort: Postfach 60 06 62, D-81206 München

Alle Urheberrechte vorbehalten. Vervielfältigungen bedürfen der besonderen Genehmigung.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle in dieser Veröffentlichung enthaltenen Angaben, Ergebnisse usw. wurden vom Autor nach bestem Wissen erstellt und von ihm und dem Verlag mit größtmöglicher Sorgfalt überprüft. Gleichwohl sind inhaltliche Fehler nicht vollständig auszuschließen. Daher erfolgen alle Angaben ohne jegliche Verpflichtung oder Garantie des Verlages oder des Autors. Sie garantieren oder haften nicht für etwaige inhaltliche Unrichtigkeiten (Produkthaftungsausschluss). Im Text sind Warennamen, die patent- oder urheberrechtlich geschützt sind, nicht unbedingt als solche gekennzeichnet. Aus dem Fehlen eines besonderen Hinweises oder des Zeichens ® darf nicht geschlossen werden, es bestehe kein Warenschutz.

Sybille Feindt – Wellness in der Fußpflege

ISBN 978-3-937346-82-3

1. Auflage 2011

Umschlaggestaltung: Barbara von Wirth

Layout: Barbara von With/Peter Hänssler

Umschlagfotos: © Monika Adamczyk Fotolia\_1 und © magann - Fotolia unter Bearbeitung von Peter Hänssler

Druck: Schätzl Druck & Medien, Donauwörth

## Vorwort

Den Begriff *Wellness* gab es schon 1654 in einem englischen Lexikon und erklärte damit *Wohlbefinden* und *gute Gesundheit*. In den 1950er-Jahren taucht der Begriff wieder in den Anfängen der präventivmedizinischen Bewegung in den USA auf. Der amerikanische Arzt Halbert L. Dunn versuchte mit seiner Gesundheitsphilosophie *High Level Wellness* Fachkollegen und Laien vom Nutzen eines eigenverantwortlichen Lebensstils, der die Gesundheit optimal fördern soll, zu überzeugen. Seit den 1970er-Jahren ist das Konzept von *High Level Wellness* bei staatlichen und privatwirtschaftlichen Trägern zu einem anerkannten Mittel zur Senkung lebensstilbedingter Gesundheitskosten geworden. Anfang der 1990er-Jahre kam der *neue Trend aus Amerika* nach Deutschland. Mit der Gründung des Deutschen Wellness Verbands (DWW) begann sich berufliches und geschäftliches Interesse zu organisieren. Zunächst griff die Fitnessindustrie den Begriff *Wellness* auf. Statt mit aller Anstrengung wie Arnold Schwarzenegger den Körper aufzubauen oder mit den radikalen Bewegungsanforderungen von Jane Fonda Aerobicübungen gnadenlos fit und schlank zu werden (sie selbst litt an Bulimie!) und nach einigen Todesfällen von Freizeitsportlern vertrat man nun die sanfte, genussvollere Linie. Mit Angeboten für sanfte Gymnastik, Cardiotraining, Aquabalancing und verstärkten Relaxmöglichkeiten dehnten die *Fitnessexperten* ihre Geschäftsfelder aus und bescherten sich mit ihren Wellnessanlagen zuletzt eine Umsatzsteigerung von 260 %.

Doch nicht nur die Fitnessindustrie profitiert. Das jährliche Wachstum der Wellnessbranche wird bis auf Weiteres bei 5 bis 6 % erwartet. Damit wachsen die Ausgaben für Wellnessangebote wei-

terhin und konstant deutlich schneller als die durchschnittlichen Konsumausgaben. Warum ist das so?

Der Wellnesstrend kommt einer neuen grundsätzlichen gesellschaftlichen Orientierung entgegen: Leistungswillen und Lebensgenuss stehen nicht mehr gegeneinander, sondern werden zu vereinen versucht. Dazu kommt, dass die Menschen immer länger leben, viele davon in gesicherten finanziellen Verhältnissen und mit großem Interesse an gesundheitlicher Vorsorge. Die Wellnesskonsumenten wünschen und erwarten unabhängig von den verschiedenen Wellnessprodukten und -dienstleistungen eine zeitlich begrenzte, individuelle Flucht aus dem stressig – oder bei Älteren den oft als einsam oder öde – empfundenen Alltag. Egal ob jung oder alt, die Wellnesskunden möchten verwöhnt werden und eine erholsame Auszeit erleben. Neudeutsche Begriffe geistern herum und werden begeistert aufgegriffen. So möchte man chill(en) oder wenigstens einen *Business Break* genießen. Damit stehen die Wellnesskunden nach Meinung des Frankfurter Soziologen und Zukunftsforschers Matthias Horx im gesamtgesellschaftlichen Trend. Die Individualisierung, die Notwendigkeit einer eigenverantwortlichen Gesundheitsvorsorge und moderne Arbeitsformen fordern vom Individuum: Halte dich seelisch und körperlich fit! *Wellness* verspricht Entspannung, Harmonie, Erholung sowie Stressbewältigung durch spezielle Entspannungs- und Behandlungstechniken.

Leider ist die Werbung mit dem Versprechen *Wellness* inflationär geworden. Beliebige Duschgels oder Krautsalate versprechen das ultimative Wellnessgefühl und lassen manch einen auf das Wort *Wellness* allergisch reagieren. Deswegen müssen ernstzunehmende Anbie-

ter von Wellnessprodukten und -dienstleistungen ihre Produkte und Argumente für ihre Dienstleistung genau prüfen und weiterentwickeln, um sich so von der zunehmend austauschbaren Wellnesswerbung zu unterscheiden.

In der Kosmetik-/Fußpflegebranche versuchen verschiedenste Anbieter mit ihren Produkten und Dienstleistungen den Wellnessgedanken umzusetzen. Um den engagierten und hochwertigen Vertretern dieser Branche eine Vertretung innerhalb des Deutschen Wellness-Verbands zu sichern, wurde der Fachbereich *Beauty & Körperpflege* gegründet. Die Mitglieder dieses Bereichs haben erkannt, dass es bei Wellness nicht nur um eine Wohlfühlmassage geht, sondern dass gerade die Kosmetikerinnen/Fußpflegerinnen auf Körperpflege und Kosmetik ausgerichtete Wellnesseinrichtungen einen wichtigen Beitrag zum ganzheitlichen Konzept der Gesundheitsförderung beitragen können.

Fertige Konzepte gibt es für Fußpflege-/Podologiepraxen nicht. Doch größere Anbieter von Fußpflegeprodukten haben sich bereits darauf eingestellt und bieten Pflegeproduktpaletten für ein Wellnessthema an. Damit sind individuelle Zusammenstellungen unter Berücksichtigung der eigenen Möglichkeiten in den Praxen möglich und gefragt. Die bisherigen Wellnessangebote reichen von Musik- und Farblichteinsätze bis

über Masken, Peelings, Blumen- und Sprudelbäder, Duftmassagen, Ölgüssen sowie Obstgetränken und -häppchen. Um dem ganzheitlichen Konzept der Gesundheitsförderung zu entsprechen, sollten nur Produkte und/oder Programme angeboten werden, die einen gesunden Lebensstil unterstützen. Das können Wellnessprogramme im besten Sinne besonders gut, wenn sie den Jahreszeiten angepasst werden. Programmvorschlüsse für Frühling, Sommer, Herbst und Winter werden in Kapitel 2 *Variationsprodukte* vorgestellt.

Als Anbieter von Wellnessdienstleistungen sollte man seine Qualität von Zeit zu Zeit überprüfen. Das Urteil der Kunden ist die einfachste und günstigste Form der Rückmeldung. Zusätzlich könnte eine günstige Qualitätsprüfung durch den Deutschen Wellness Verband werben, die mit einem umfassenden Datenreport eine gute Grundlage für das eigene Qualitätsmanagement liefern und sich deutlich von *Wellnessneppern* unterscheiden. Grundsätzlich zählt es, im Wellnessbereich wach zu bleiben und den Markt – also auch die Mitbewerber – weiterhin zu beobachten. Wird man selbst zum Kunden in anderen Betrieben des Wettbewerbsmarktes, bekommt man ein Gespür für die Position der eigenen Praxis und kann dazu noch Anregungen zur eigenen Verbesserung mitnehmen.

Vorwort	5
Inhaltsverzeichnis	7
<b>1</b> Wellness-Fußpflege	<b>13</b>
1.1 Die Kalkulation	16
1.2 Die Auftrittswerbung	17
1.2.1 Blumenzauber	18
1.2.2 Früchtetraum	20
1.2.3 Schokogenuss	22
1.2.4 Kräuter	24
1.2.5 Thalasso	26
1.2.6 Ayurveda	28
1.3 Kapha, Pitta oder Vata?	30
<b>2</b> Variationsprodukte	<b>31</b>
2.1 Frühjahr	32
2.2 Sommer	33
2.3 Herbst	35
2.4 Winter	36
<b>3</b> Zusatzangebote in der Fußpflegepraxis	<b>39</b>
3.1 Nagelkosmetik	40
3.1.1 Nail-Art und French Pedicure	40
3.1.2 Nagelprothetik	41
3.2 Handpflege	45
3.2.1 Ablauf einer Handpflege	46
3.3 Klassische Handmassage	49
3.4 Ayurvedische Handmassage	51
3.4.1 Beschreibung der Marma-Punkte an den Händen	52
3.4.2 Ablauf einer Ayurvedischen Handmassage	54
3.5 Die Paraffinanwendung	62
3.5.1 Die Kalkulation der Paraffinbehandlung	63
3.5.2 Die Paraffinbehandlung am Fuß	64
3.5.3 Die Paraffinbehandlung an den Händen	66
3.5.4 Die Paraffinbehandlung an den Ellenbogen	68

3.6	Die Wachsenthhaarung	70
3.6.1	Die Kalkulation der Wachsenthhaarung	71
3.6.2	Der Ablauf einer Wachsenthhaarung am Unterschenkel	73
3.6.3	Der Ablauf einer Wachsenthhaarung an Knie und Oberschenkel	76
3.7	Die Cellulitebehandlung	78
3.8	Die Ayurvedische Fuß- und Beinmassage	80
3.8.1	Die Beschreibung der Marma-Punkte an Fuß und Bein	81
3.8.2	Der Ablauf einer Ayurvedischen Fuß- und Beinmassage	83
<b>4</b>	<b>Wellness für Problemfüße</b>	<b>91</b>
4.1	Seidenhandschuhmassage	92
4.1.1	Der Ablauf der Seidenhandschuhmassage	93
4.2	Quarkwickel	96
4.3	Ölgussmassage	98
4.4	Kräuterstempelmassage	100
4.4.1	Selbst gewickelte Kräuterstempel	101
4.4.2	Der Ablauf einer Kräuterstempelmassage	104
<b>5</b>	<b>Fußreflexzonen und Fußreflexzonenmassage</b>	<b>105</b>
5.1	Fußreflexzonen	106
5.1.1	Erläuterungen zu den Fußreflexzonen	108
5.1.2	Anatomie des Fußes	114
5.2	Die Lage der Reflexzonen	118
5.2.1	Kopfbzonen – Fußsohle	118
5.2.2	Kopfbzonen 1 – Fußrücken	120
5.2.3	Kopfbzonen 2 – Fußrücken	122
5.2.4	Bewegungsapparat – Fußsohle	124
5.2.5	Bewegungsapparat – Fußrücken	126
5.2.6	Atemwege – Fußsohle	128
5.2.7	Atemwege – Fußrücken	130
5.2.8	Herzzone – Fußsohle	132
5.2.9	Herzzone – Fußrücken	134
5.2.10	Verdauung – Fußsohle	136
5.2.11	Verdauung – Fußrücken, Fußinnen- und Fußaußenseiten	138
5.2.12	Harnwege – Fußsohle und Fußinnenseite	140
5.2.13	Genitalzonen – Fußrücken, Fußinnen- und Fußaußenseiten	142
5.2.14	Lymphzonen – Fußsohle	144
5.2.15	Lymphzonen – Fußrücken	146

5.2.16	Lymphzonen – seitlich	148
5.3	Fußreflexzonenmassage	150
5.3.1	Fußreflexzonenmassage rechter Fuß – Fußsohle	152
5.3.2	Fußreflexzonenmassage rechter Fuß – Innen- und Außenseiten	156
5.3.3	Fußreflexzonenmassage rechter Fuß – Fußrücken	158
5.3.4	Fußreflexzonenmassage linker Fuß – Fußsohle	160
5.3.5	Fußreflexzonenmassage linker Fuß – Innen- und Außenseiten	164
5.3.6	Fußreflexzonenmassage linker Fuß – Fußrücken	166
5.3.7	Abschluss der Fußreflexzonenmassage	
	– Beide Füße gleichzeitig	168
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>170</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>171</b>





## Danksagung

Dieses Buch wäre nicht entstanden ohne die Mitarbeit von hilfreichen Menschen, die ich hier kurz erwähnen möchte.

Über die Bestärkung und die freundliche konstruktive Unterstützung des Verlags Neuer Merkur durch Herrn Peter Hänsler bin ich sehr dankbar.

Für ihre Zeit und den wertvollen Anregungen danke ich meinen Models in alphabetischer Reihenfolge:

Gabriele Dietrich,  
Martina Jentsch,  
Birgit Kokkemüller,  
Inge Lamprecht,  
Elke Lerche,  
Jutta Martens und  
Christiane Roesch.

Vor allem danke ich meinem Ehemann Manfred Feindt für die Ermutigungen und das Verständnis über die lange Zeit der Entstehung des Buches.

Sybille Feindt



# Wellness-Fußpflege

Um sich als selbstständiger Dienstleister vor unrealistisch niedrigen Angebotspreisen zu schützen, ist es wichtig zu erkennen, wie hoch für den Weiterbestand der eigenen Praxis und des eigenen Lebensunterhalts der notwendige Stundensatz sein muss.

Ein lediger Angestellter mit einem durchschnittlichen Brutto-Monatsgehalt von 3000 € hat im Jahr 2009 auf seinem Girokonto nach Abzug von Lohnsteuer und Sozialversicherungsabgaben 1840 €. Das ergibt bei 20 Arbeitstagen im Monat und einer 40-Stunden-Woche einen Verdienst von 11,50 € pro Arbeitsstunde.

Unwillkürlich vergleicht ein angestellter Kunde seinen Stundenverdienst mit dem, was er für eine Dienstleistung bezahlen muss und ärgert sich natürlich, wenn der Handwerker 60 € die Arbeitsstunde veranlagt.

Wenn ein selbstständiger Fußpfleger die gleichen Einnahmen wie der abhängig *Beispiel-Beschäftigte* erreichen möchte, muss er zu den monatlichen Bruttoeinnahmen von 3000 € zunächst den Arbeitgeberanteil zur Sozialversicherung von rund 20 % (hier: 600 €) hinzurechnen. Denn Freiberufler oder Unternehmer müssen diesen Betrag selbst erwirtschaften. Von betrieblichen Zuwendungen wie Urlaubs- und Weihnachtsgeld, vermögenswirksamen Leistungen, Verpflegungs- und Fahrtkostenzuschüsse, Betriebsrenten oder Weiterzahlung im Krankheitsfall kann er nur träumen.

Umgelegt auf einen achtstündigen normalen Arbeitstag verteilt, ergibt sich bereits ein Stundensatz von 22,50 €. Hier ist jedoch zu beachten, dass es in einer Praxis nie zu einer 100 %igen Auslastung der Arbeitsstunden kommt, bei denen für eine Dienstleistung bezahlt wird. Der zeitliche Aufwand ist in der Regel höher als acht Stunden pro Tag, wenn die betriebsbedingten Aufgaben wie

Rechnungen schreiben, Bestellungen erledigen, Praxis reinigen u.s.w. mit einkalkuliert werden. In unserem Rechenbeispiel wird von einer 80 %igen Auslastung der bezahlten Stunden im Monat ausgegangen und ist damit eine sehr optimistische Erwartung. Dies erhöht den notwendigen Stundensatz auf 27 €.

Hinzu kommen weitere Ausgaben für Räume, Verbrauchsmaterial, Büroausstattung, Computer, Geschäftswagen, eventuelle Aushilfen, betriebliche Versicherungen, Telekommunikation, Weiterbildung u.s.w. Selbst wenn die Kosten im Einzelfall variieren, erhöht sich bei 15 % von 3000 € brutto – vorsichtig kalkuliert – der zu erwirtschaftende Stundensatz auf 29,80 €.

Nach Abzug von Steuern in unserem Beispiel in Höhe von 500 € (monatliche Vorauszahlung auf 36.000 € brutto im Jahr) erhöht sich damit der Stundensatz auf 32,90 €.

Das bedeutet: Wenn ein Selbstständiger auch wie ein Angestellter 11,50 € netto pro Dienstleistungsstunde verdienen will (Restarbeiten bleiben unvergütet), müssen – vorsichtig kalkuliert – 33 € pro Dienstleistungsstunde eingenommen werden.

Darin sind weder die Abzahlungen für Kredite noch der Unternehmergewinn enthalten, womit z. B. das höhere Risiko – da er kein Arbeitslosengeld bekommt – abgegolten werden sollte, bzw. die Verzinsung seines eigenen Kapitals.

Was nützt es nun, diese Ergebnisse zu kennen und zu wissen, dass diese Preiskonditionen in den meisten Orten nicht durchzusetzen sind?

Zumindest hilft es, den eigenen Wert seiner Leistungen besser zu kennen und schätzen zu lernen. Es hilft, dem Kunden selbstbewusster gegenüberzutreten. Besonders, da dieser häufig von seiner Angestelltensicht ausgeht, wenn er den Be-

handlungspreis bezahlt und gern kostenlose Zugaben und Vergünstigungen mitnimmt, die ihm – meistens durch Fehlkenntnisse der eigenen Finanzlage des Praxisinhabers – auch angeboten werden.

Wer seine Kosten kennt und sie auch konsequent zu kalkulatorischen Zwecken nutzt, der kann die Wirtschaftlichkeit seiner laufenden Ausgaben rückwirkend besser beurteilen, Kostentreiber entlarven und damit auch seine Einnahmen verbessern.

### Kalkulationsbeispiel des *Früchte-Wellness-Angebots*

In der Kalkulation wird der Einkaufspreis durch die zu verbrauchende Produktmenge geteilt und so für eine Behandlung bestimmt. Hinzu kommen der Zeitfaktor und der notwendige Gewinnanteil zur Erhaltung der Praxis und der eigenen Lebensführung.

#### Wellness-Vital-Kissen *Citrusblüte*

Einkaufspreis: 12,95 €

300 Mal verwendbar = 12,95 € geteilt durch 300 = 0,04 €

#### Fruchtsaft mit Mineralwasser

1 l Fruchtsaft: 2,50 € geteilt durch 4 (125 ml) = 0,63 €

1 l Mineralwasser: 1,50 € geteilt durch 4 (125 ml) = 0,38 €

Pro Glas 250 ml Fruchtsaft/Mineralwasser = 1,06 €

#### Ein Effekt-Peeling

Einkaufspreis: 100 ml/5,70 €

Pro Behandlung 5,70 € geteilt durch 5 (20ml) = 1,14 €

#### Sprudel- und Massagebadgerät

Einkaufspreis: 37,00 €

Haltbarkeit/Abnutzung für zwei Jahre (Garantiezeit)

= 200 Arbeitstage pro Jahr

= 400 Arbeitstage á drei Behandlungen

= 1200 Mal Einsatz geteilt durch 37,00 € = 0,03 €

#### Badezusatz

Einkaufspreis: 500ml/4,80 €

Pro Behandlung 4,80 € geteilt durch 25 (20 ml) = 0,19 €

#### Fußmaske

Einkaufspreis: 100 ml/5,70 €

Pro Behandlung 5,85 € geteilt durch 5 (20 ml) = 1,17 €

#### Beinlotion

Einkaufspreis: 100 ml/5,70 €

Pro Behandlung 5,70 € geteilt durch 5 (20 ml) = 1,14 €

#### Fußmassage-Creme

Einkaufspreis: 100 ml/5,85 €

Pro Behandlung 5,85 € geteilt durch 5 (20 ml) = 1,17 €

Summe =

5,94 €

+ Mehrwertsteuer 19 % auf Einkauf =

1,13 €

Gesamtpreis =

7,07 €



## 1.1 Die Kalkulation

Die Anwendungsprodukte für die beispielhafte Wellnessbehandlung *Früchte* kosten nach dieser Kalkulation 7,07 €. Hinzu kommen Handtücher (die wieder gewaschen werden müssen) und je nach Ambiente die passenden Dekorationsprodukte, die für eine nicht zu unterschätzende einladende Atmosphäre sorgen sollen (Kerzen, Aromaöle, Blumen, Früchte zur Dekoration oder aufgeschnitten als Snack und frisch gepressten Saft).

Aufgerundet auf 10 € Materialkosten werden noch die Arbeitszeit und der Gewinnanteil (= die bezahlte Dienstleistungsstunde auf das Beispiel bezogen) von 33 €.

Da in den meisten Fällen eine Fußpflege im Wellnessangebot enthalten ist, kommt es somit auf den Zeitfaktor an. Berechnet man für die Fußpflege eine halbe Stunde und für die Wellnessbehandlung (inkl. Vorbereitung und Nacharbeit) eine Stunde, so beläuft sich der Preis für eine Wellnessbehandlung inklusive Fußpflege dahin gehend, dass man als Grundpreis soviel nehmen muss, wie man in eineinhalb Stunden reine

Fußpflege verdient hätte, plus der errechneten Materialkosten. In unserem Kalkulationsbeispiel mit 33 € pro Dienstleistungsstunde entsprechen eineinhalb Stunden 49,50 € plus den errechneten Materialkosten von 10 €, also 59,50 €.

Gerade in den Sommermonaten sind bei Mädchen und jungen Frauen schöne Füße gefragt, vor allem wegen der vielen Nail-Art-Möglichkeiten. Bei gesunden und makellosen Füßen beschränkt sich die Fußpflege auf das gleichmäßige Feilen und Lackieren der Fußnägel und dem obligatorischen Eincremen, während Peeling sowie ein Fußbad mit Zusätzen und einem leckeren Getränk schon als kleines, kurzweiliges Wellnessangebot dargeboten werden kann. Berechnen Sie Ihre Zeit und den Materialeinsatz, probieren Sie Ihr Angebot an einer Freundin aus (z. B. zum Selbstkostenpreis) und empfinden Sie Freude an Ihrer Arbeit. Das verbreitet gute Laune, die bekanntlich ansteckt und alte sowie neue Kunden begeistern kann.

Wahre Freunde und gute Bekannte, die sich als solche bezeichnen, sollten in dieser Beziehung Ihr Wohl im Sinn ha-

ben und nicht auf eine unentgeltliche Behandlung spekulieren, bei der Sie die Kosten tragen.

Zu guter Letzt ist es eine lohnende Herausforderung für Ihre Wellnessbehandlungen, dass Sie sich um die Gestaltung, die Kalkulation und die Überprüfung von Pflegeprodukten kümmern. So können einzelne Produkte preiswert in unterschiedlichen Wellnessprogrammen anwenden und gleichzeitig zum Verkauf anbieten.

## 1.2 Die Auftrittswerbung

Ansprechend und werbewirksam können Wellnessbehandlungen in unterschiedlicher Weise angeboten werden: Je allgemeiner die Beschreibung, desto mehr Spielraum ergibt sich beim Materialeinsatz, und der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Die hier genannten Beispiele,

die auf den folgenden Seiten ausführlich beschrieben werden, eignen sich für die verschiedenen Jahreszeiten, unterschiedlichen Stimmungen der möglichen Kunden. Selbstverständlich kann weiter variiert, konkrete Produktprogramme oder fertige Wellnesspakete von Fußpflegeprodukt-Anbietern wie z. B. *Leben in Balance* mit basischen Produkten oder *Red Wine Leaf* mit Rosskastanie und roten Weinlaubprodukten übernommen werden. Auch eigene Ideen können sich aufgrund der vielen Produktangebote entwickeln lassen, wie z. B. *Olivenbain* mit kosmetischen Olivenölprodukten und Olivensnack, *Citrusfrisch* mit Lemongras und Limette oder *Südsee-Feeling* mit Kakaobutter, Bambus-, Orchideen-Extrakten und Kokoscreme. Lassen Sie sich von den vielfältigen Angeboten der Gesundheits- und Kosmetikindustrie inspirieren.

## Augen schließen, genießen und entspannen

**Lauschen Sie der beruhigenden Musik im Herzschlagrhythmus, genießen Sie ein köstliches Getränk, tauchen Sie ihre Füße nach einer wohltuenden Peelingmassage in ein Sprudel-Massagebad ein und entspannen Sie bei einer abschließenden Bein- und Fußmassage mit wertvollen Ölen und Düften.**

**Unser Wellnessprogramm bietet Ihnen genau das, was Sie im Moment brauchen:**

- Früchtetraum – stimmungsaufhellend, euphorisierend**
- Blumenzauber – beruhigend und aufbauend**
- Schokogenuss – harmonisierend und wärmend**
- Kräuter – vitalisierend und aufbauend**
- Thalasso – lindernd und stärkend**
- Ayurveda – Gleichgewicht von Körper und Seele**



### 1.2.1 Blumenzauber

#### **Rosenzauber – pure Entspannung**

Dieses Programm ist besonders gegen Stress und Überlastung geeignet. Der Duft von Rosenöl wirkt harmonisierend, belebend, kräftigend, aphrodisisch und hellt die Stimmung auf. Besonders schnell hilfreich bei Ermüdung und Kopfschmerzen.

#### **Leitgedanke**

Das beste Anti-Stress-Mittel für schnelle Regeneration und Entspannung nach einem hektischen Tag.

#### **Erklärung**

Die Rose gehört zu den wertvollsten Ölen, da aus 300 Rosenknospen gerade mal zehn Tropfen Öl gewonnen werden können. Es wird in der Körperpflege besonders bei Bädern und Massagen eingesetzt. Schon der berühmte Arzt Paracelsus (1493 – 1541) brachte die Wirkung von ätherischen Ölen und Pflanzen mit den Inhaltsstoffen in Verbindung. Anfang des 20. Jahrhunderts wurde von dem französischen Chemiker René-Maurice Gattefossé die Heilkraft der ätherischen Öle *wiederentdeckt*: Er behandelte damit die Verwundeten im Ersten Weltkrieg, verhinderte Wundbrand, heilte Wunden, senkte Fieber und linderte Schmerzen.

Weil die Öle auf die Seele wirken, wurde zusätzlich der Lebenswille der Kranken gestärkt. Rosenöl wirkt nachgewiesen antiviral, antiseptisch, entzündungshemmend, wundheilend, entkrampfend und beruhigend auf den Körper.

#### **Einsatz**

Zu jeder Jahreszeit.

#### **Abfolge**

Bequeme Sitzstellung, das Wellness-Vital-Kissen *Rosengarten* entspannt und vitalisiert Nerven und Nacken. Warme Kompressen (z. B. kleine Gästehandtücher) in heißes Wasser mit Rosenöl und Rosenblättern getaucht, wirken antiseptisch und entkrampfend. Das nachfolgend geeignete Peeling mit mineralischen und blumig duftenden Zutaten löst die Hautschüppchen und durchblutet die Füße besser. Danach kann eine Fußpflege folgen und ein etwa zehnminütiges entspannendes Sprudelbad mit verschiedenen blumigen Duftölen. Die abschließende Rosenöl-Fuß- und Beinmassage spendet Feuchtigkeit, beruhigt und glättet trockene Haut.

#### **Produkte**

- Wellness-Vital-Kissen *Rosengarten*.
- Exfolating Peeling.





- Siam-Silk-Pflegebad.
- Massagelotion (Basislotion).
- Rosenöl.

### Materialien

- Kleine Gästehandtücher für Kompressen.
- Peelingbürste oder -handschuhe.
- Handtücher zum Unterlegen und zum Abtrocknen.
- Frotteeschuhe oder Handtücher zum Warmhalten der Füße.
- Badehandtuch zum Zudecken der Beine.

### Kulinarisches

- Kalte Tage: Blütenteemischung.
- Heiße Tage: Indisches Rosen-Lassi.

### Rezept: Indisches Rosen-Lassi

- 500 g Naturjoghurt 3,5 %,
  - ¼ l Wasser,
  - 1 EL Crème fraîche,
  - ¼ l Rosenwasser (Asia-Shop),
  - 5 EL Honig oder Ahornsirup,
  - 2 Messerspitzen Safranzpulver.
- Alle Zutaten mit Mixer oder Pürierstab gut mischen und kaltstellen.



### 1.2.2 Fruchtetraum

#### **Erfrischend und aktivierend**

Dieses Programm belebt, aktiviert und gibt neue Energie. Der Duft von Zitrusfrüchten wirkt erfrischend, anregend, konzentrationsfördernd und hellt die Stimmung auf.

#### **Leitgedanke**

Erfrischt den Körper, regt den Geist an und vermittelt ein Gute-Laune-Gefühl.

#### **Erklärung**

Aus 200 kg Zitronenschalen wird durch Kaltpressung 1 kg ätherisches Öl gewonnen. Zitronenöl wirkt auf den körperlichen Bereich fiebersenkend, desinfizierend und entzündungshemmend.

Die französischen Bakteriologen Morel und Rochaix fanden in den 1920er-Jahren heraus, dass bereits durch Verdampfung des Öls Bakterien wie Meningokokken (Erreger der Hirnhautentzündung), Pneumokokken (Erreger der Lungenentzündung), hämolysierende Streptokokken (Scharlach) sowie die Erreger von Diphtherie und Tuberkulose abgetötet werden können. In Japan hat laut einer Untersuchung der Einsatz von Zitronenöl in Büroräumen nachweislich die Krank-

heitsquote um die Hälfte gesenkt, und die Arbeitsleistung ist wegen der konzentrationsfördernden Wirkung allgemein angestiegen.

#### **Einsatz**

Besonders im Frühjahr und Sommer.

#### **Abfolge**

Bequeme Sitzstellung (ein *Wellness-Vital-Kissen* entspannt und vitalisiert Nerven und Nacken).

*Warme oder kühle Kompressen* mit kleinen Gästehandtüchern, die in Wasser mit Zitronenöl und Zitronenscheiben getaucht werden, wirken antiseptisch und erfrischen.

Das nachfolgend geeignete *Peeling* mit mineralischen und nach Zitronen duftenden Zutaten löst die Hautschüppchen und durchblutet die Füße besser.

Danach können eine Fußpflege und ein etwa zehnmütiges entspannendes *Sprudelbad* mit Zitrus- und Orangenölen folgen oder das kühle *Citrus Foot Bath Crystals*, mit Meersalz, Limette und Lemongras, das durch die Katalysatorenwirkung der Füße den gesamten Körper an heißen Tagen erfrischt. Die abschließende *Citrus Foot Mask*, die nach der

Einwirkzeit einmassiert wird oder die *Citrus Foot Cream zur Fußmassage* und das *Citrus Fresh-Up Spray* für die Beine pflegen und beleben die trockene Haut.

### Produkte

- Wellness-Vital-Kissen *Citrusblüte*.
- Citrus-Foot-Serie:  
Peeling,  
Bath,  
Maske,  
Creme,  
Fresh-Up Spray oder
- Bali-Bad.
- Massagelotion (Basislotion).
- Zitronenöl.

### Materialien

- Kleine Gästehandtücher für Kompressen.
- Peelinghandschuhe.
- Handtücher zum Unterlegen und zum Abtrocknen.
- Frotteeschuhe zum Warmhalten der Füße.
- Badehandtuch zum Zudecken der Beine.

### Kulinarisches

- Kühle Tage: Zitronentee.
- Heiße Tage: kühler Zitronentee.
- Frisch gepresster Orangensaft.
- Orangenspalten als Snack.
- Zitronenscheiben als optische und erfrischende Zugabe zu Kompressen, Peeling und/oder Badewasser.

