

Couchgeflüster #37 - Rabea Kühn

Rabea Kühn ist die Geschäftsführerin der [Blashy Bar](#), die 2014 gegründet wurde. An der Löwenstrasse, inmitten meiner Wahlheimat Zürich. Eine Oase, in welcher man sich als Frau (und als Mann) aufgehoben fühlt. Der Fokus der Blashy Bar liegt auf Augenbrauen und Wimpern, obwohl sich die Dienstleistungen in den letzten Jahren auch in andere Bereiche erweitert haben. Was gerade Trend ist und welche Produkte sie selbst anbieten, lest ihr in diesem Interview.



Rabea Kühn | Inhaberin Blashy Bar | ©blashybar.com

Wie sieht euer Geschäftsmodell aus?

Der Fokus der Blashy Bar liegt auf diversen Beauty-Dienstleistungen im Augenbereich. Mit Spezialisierung auf Augenbrauen und Wimpern. Als ich vor einigen Jahren damit angefangen habe, war das Angebot schweizweit einzigartig. Heute gibt es mehrere Anbieter in diesem Bereich. Dies deckt den klassischen B2C-Bereich ab. Im B2B-Bereich fokussieren wir uns auf Kosmetikerinnen, deren Ausbildung sowie Produkteverkauf für Fachleute. Zurzeit sind wir die schweizweit grösste Online Academy.

Was zeichnet die Blashy Bar aus?

Die Frauen, die hier arbeiten, wähle ich gezielt und vorsichtig aus. Freundlichkeit und Kundenservice stehen an erster Stelle. Die Blashy Bar ist nicht nur ein Kosmetikstudio, sondern wir sind eine Familie. Ob innerhalb unseres Teams oder für all die KundInnen, die den Weg zu uns machen.

Ihr verkauft eure eigene Produktlinie. Wie geht ihr da vor?

Genau. Für unsere eigenen BLASHY Produkte arbeiten wir sehr eng mit einer Kosmetikmanufaktur in Deutschland zusammen, mit der wir eine erfolgreiche Kooperation im Bereich Produktentwicklung betreiben. In der Regel sind die Produkte vegan, mineralöl-/ und parabenfrei und werden ohne Mikroplastik hergestellt. Diese Produkte werden in Deutschland für uns hergestellt.

Verkauft ihr auch andere Markenprodukte?

Ja. Wir haben teilweise schweizweit exklusive Distributionen in den jeweiligen Nischen - ob Augenbrauen, Wimpern oder Beauty - und können so jederzeit Top-Produkte anbieten. Wir bieten beispielsweise das aktuell schnellste Wimpernlifting auf dem Markt, welches nur 45 Minuten dauert. Denn die Kundinnen wünschen sich eine schöne Auszeit, aber die Behandlung soll trotzdem so kurz wie möglich dauern und der Effekt dafür umso stärker sein.

Ist es möglich, alle Produkte auf eine natürliche Art und Weise herzustellen?

Nein, obwohl wir dies bei allen versuchen. Aber es geht nicht immer, da es manchmal einfach einen stärkeren Effekt haben muss, den man nicht immer mit nur natürlichen Wirkstoffen erreichen kann. Wir versuchen aber, möglichst viele natürliche Rohstoffe als Basis für die Produkte zu wählen.

Wie bringst du die neuen Trends in die Schweiz?

Dadurch dass ich viel gereist bin, habe ich ein geschultes Auge für Trends. Und heute kriegt man alles über Instagram mit. Aus Amerika kommen die Face Beauty Trends. Die Trends für die Lashes hingegen kommen eher aus Russland und Asien. Dies sind für uns die Vorreiter, da sie sehr innovativ sind. Wir beobachten diese Märkte sehr genau und zählen daher jeweils zu den ersten, die Innovationen in der Blashy Bar oder für unsere Fachkunden im Shop bzw. als Kurs vermarkten.

Welche Trends kannst du in den letzten Monaten beobachten?

Wenn wir bei unserem Kerngeschäft bleiben, ist das Wimpernlifting der eine Trend, der nicht abreißt, sondern durch den Lockdown eher noch verstärkt wurde. Nach dem Wimpernlifting hat man gut sechs Wochen Ruhe, muss sich nicht mehr schminken oder eine Wimpernzange benutzen. Das ist praktisch und kam in dieser Zeit vielen sehr gelegen. Die Behandlung hält lange an und ist eine super Investition. Und auch die Behandlungen für die Augenbrauen steigen stark an. Wir haben immer mehr Kundinnen, die nur für die Augenbrauen kommen, da sie gesehen haben, wie wichtig schöne, ausdrucksvolle Augenbrauen sind. Den Wunsch nach dichten, vollen Augenbrauen haben viele – aber nicht alle sind von Natur aus damit gesegnet, da helfen wir jeweils gerne nach.

Welche Möglichkeiten gibt es da?

Man kann Wachstumsseren invasiv einschleusen via Micro Needling, bei dem man die Hautkanäle öffnet und damit die Seren direkt an die Wurzeln bringt. Aber es gibt auch Varianten des Permanent Makeup. Diese entwickeln sich immer weiter. Da haben wir im nächsten Monat etwas ganz Neues auf dem Markt, das es bisher noch gar nicht in der Schweiz gibt. Es ist eine semi-permanente Variante, die so mehrere Monate hält. Es kann eine Vorstufe sein für Permanent Makeup oder Microblading, oder mal für eine Übergangsphase.

Wie steht es mit dem Thema natürlich vs. künstlich?

Die Zielgruppe hat sich verändert. Früher haben auch die Frauen, die den Fokus auf Natürlichkeit legten, Microblading gemacht. Das ist jetzt weniger der Fall. Powder Brows, also die Puder-Schattierungsvariante, werden viel gemacht – als natürliche Variante. Auch mit dem Brow-Lifting kann man ganz viel machen, sogar richtige Typveränderungen kreieren. Aber generell geht es klar hin zum Natürlichen. Wenn jemand komplett natürlich bleiben möchte, können wir mit Henna-Farben arbeiten, ebenfalls eine sehr beliebte Behandlung bei uns in der Blashy Bar.

Habt ihr auch Männer im Kundenstamm?

Definitiv. Männer möchten – je länger, je mehr - ebenso gepflegte Augenbrauen, was uns natürlich sehr freut. In der Woche kommen daher mehrere Männer zu uns. Aber klar, man sieht an unserem Studio, dass alles rosa ist und offensichtlich auf Frauen gezielt wird. Die Männer trauen sich aber trotzdem zu uns zu kommen – glücklicherweise!

Welchen Stellenwert hat die Innendekoration für dich?

Wir legen sehr viel Wert darauf. Ich mache diesbezüglich auch laufend Weiterbildungen. Spannend wäre auch, dies in Zukunft für Kosmetikerinnen anzubieten, die ihr eigenes Studio aufbauen und einrichten. Bisher ist es mein grosses Hobby. Aber ich fände es toll, dies irgendwann mal beruflich zu verbinden.

Wie wichtig ist Social Media für die B2C- und B2B-Bereiche?

Sehr wichtig, da kommt man heutzutage nicht mehr drum herum. Ich würde dies auch allen empfehlen. Auch die Ads sind ein guter Push. Obwohl wir uns auch hier vom Rest abheben wollen. Wir wollen auffallen. Gerade vielleicht auch ein bisschen provokant.

Wohin geht die Reise in den nächsten Jahren?

Man möchte es nicht meinen, aber... Natürlichkeit ist sehr wichtig. Das ist ein anhaltender Trend. Es gibt aber auch die andere Zielgruppe. Natürlichkeit ja, aber trotzdem Slow Aging. Hyaluron und Botox sind keine Begriffe mehr, die man nicht aussprechen sollte. Es ist nicht mehr verpönt wie früher. Man möchte jünger wirken, aber natürlich. Quasi: Natürlich mit leichter Optimierung. Es ist ein ewiger Spagat, doch dahin geht die Reise.

Welche Innovationen treffen wir bald bei euch an?

Thema: Lippen. Diese aufzuspritzen, ist beliebt, doch oftmals zu viel des Guten. Nun gibt es eine tolle Variante für Kosmetikerinnen, die den Lippen Volumen geben, ohne dabei künstlich zu wirken. Wir nennen es den «Lip Booster». Die Behandlung beinhaltet eine 3er-Kur innerhalb von 14 Tagen. Es kann dabei auch nichts Schlimmes passieren, da keine Spritze angesetzt wird. Es sind spezielle Hyaluron-Produkte, die mit dem Micro-Needling Pen eingeschleust werden. Es gibt ein schönes Volumen, das sich auf- und dann wieder abbaut.