



LIFE MAGAZIN
RIFF



Erscheinung

Q3 - 2023

No.3

3,50 € - Schutzgebühr

Inhalt

- 8 - Team im Gespräch
- 9 - Gin & Rum
- 12 - Die Firmengeschichte
- 17 - Braut Styling
- 18 - Vorher - Nachher
- 24 - Fotostrecke
- 35 - Kunden im Interview

VORWORT

Herzlich willkommen in unserem LILL Life Magazin. Vor ein paar Jahren gab es bereits die ersten zwei Ausgaben, einige von euch erinnern sich bestimmt. Vielleicht hast du sogar mitgewirkt.

Nun möchten wir eine neue Ära mit der Magazin-Ausgabe No.3 einleiten. Wie du siehst, ist es getan und es hat riesigen Spaß gemacht.

Dich erwarten wertvolle Artikel, Unterhaltung und Einblicke aus drei Generationen Lill Familie, die dich sicherlich zum Schmunzeln bringen.

Natürlich wirst du auch etwas Werbung vorfinden, allerdings vor allem für unsere Eigenkreationen, wie beispielsweise unsere Bootleggers Specials.

Zum Schluss möchten wir noch eine schöne Idee aufleben lassen. Früher gab es auf der letzten Seite der „Salon Beaute“ von La Biothetique ein Rätsel mit zugehörigen Gewinnen. Auch in diesem Magazin hast du auf der letzten Seite die Möglichkeit, ein Rätsel zu lösen und die Chance zu gewinnen.

Also tauch ein ins Lill Life Magazin und hab Spaß beim Lesen.



Einsendungen und Feedback gerne per Mail an kontakt@lillandlill.de

Unser eigenes Salon Magazin



„Auch von mir ein herzliches Willkommen in unserem Firmenmagazin!

Ich bin Niklas Lill und ich freue mich, dass du dich für unsere Geschichte und unsere Leidenschaft für das Friseurhandwerk interessierst.

Ich bin die dritte Generation Lill in unserem Familienbetrieb. Obwohl ich nie geplant hatte in die Fußstapfen meiner Eltern zu treten und Friseur zu werden, kam es doch anders. Worüber ich heute sehr froh bin.

Bevor es für mich ins Handwerk ging, führte mich mein Weg zur Fotografie und Design. Bereits als Kind hat mich die Fotografie fasziniert. Erfahrungen in diesem Bereich habe ich als Assistent bei großen Foto-Produktionen gesammelt. Und anschließend im 1.OG. des Salons mein eigenes Studio eingerichtet.

Noch während meiner Ausbildung zum Friseur hat mich das Thema Werbung und Marketing in unserem Familienbetrieb besonders fasziniert. Ich begann damit, unsere Webseite und Grafikprojekte selbst zu gestalten.



„Das Lill Life Magazin möchte ich schon seit einigen Jahren wieder aufleben lassen“

Meine Leidenschaft für das Marketing und die sozialen Medien hat mich schließlich dazu bewegt, ein Studium zu diesem Thema zu beginnen. Noch weit bevor sich Social Media in Unternehmen etabliert hat.

Parallel zu meinem Studium gründete ich meine eigene kleine Agentur für kreative Medien und begann, verschiedenste Grafikdienstleistungen für Unternehmen anzubieten. Von der Gestaltung von ganzheitlichen Markenauftritten bis hin zu Fotoshootings und Druckproduktlayouts. Druckauflagen mit einer Stückzahl von über 1 Million gehören heute zu meinen Dienstleistungen.

Ich bringe diese Erfahrung und Leidenschaft auch in unseren Familienbetrieb ein, wo ich für das Marketing und die Gestaltung verantwortlich bin.

Mein Werkzeugkasten



Photoshop

Razor



Rundbürste

Lightroom

InDesign

AI

Papier + Stift

Unser Magazin hatte bereits in den frühen Zweitausendern zwei Ausgaben unter dem Namen "Lill-Life".

Ich freue mich, das Konzept wieder aufleben zu lassen und wünsche viel Spaß beim Lesen.

Wir möchten dir nicht nur die neuesten Frisurentrends präsentieren, sondern auch einen Einblick in unsere Arbeit und unsere Leidenschaft für das Friseurhandwerk geben. Wir hoffen, dass dich unser Magazin genauso begeistert wie uns,

Du hast eine Idee für die nächste Ausgabe? Auch für Themenwünsche, Fragen oder Tipps bin ich sehr dankbar.

Niklas Lill



Coffee
Wine
Cocktails

Lill & Lill
Bartalk

DER BARTALK



In der neuen Episode sprechen wir über:

- neueste Trends und Techniken bei der Haarverlängerung und -verdichtung
- Vor- und Nachteile von verschiedenen Methoden
- nützliche Tipps, um das beste Ergebnis zu erzielen

Unser Ziel ist es, unseren Zuhörern wertvolle Informationen zu liefern und ihnen dabei zu helfen, die richtige Entscheidung für ihr Haar zu treffen. Schalte ein und lass dich von unserer Expertise inspirieren! Unser **Bartalk** ist auf allen gängigen Podcast-Plattformen verfügbar.

Vielen Dank für deine Unterstützung!

Susanne und Niklas

PS: Der richtige Drink darf an der Bar natürlich nicht fehlen, daher mit jeder Folge ein neues Getränk für dich und mich.

Wir freuen uns, die Veröffentlichung der dritten Episode vom **Lill and Lill Bartalk**, unserem neuen Podcast anzukündigen! In dieser Episode geht es um Haarverlängerung und Haarverdichtung – ein Thema, das viele interessiert, die ihrem Haar mehr Volumen und Länge verleihen möchten.

Selin – 22 Jahre stellt sich vor

– Wie kam es dazu, dass du dich für den Friseurberuf entschieden hast?

„Mir war schon in jungen Jahren klar, dass ich in der Beauty Branche tätig sein möchte. Ich liebe es, das Beste aus einem Menschen herauszuholen. Ich achte selber sehr auf mein Äußeres und freue mich, das weitergeben zu können.“

– Wie lange bist du schon im Beruf?

„Insgesamt seit fünf Jahren, zwei davon ausgelernt.“

– Wie lange arbeitest du schon bei uns?

„Ich bin seit einem Jahr mit dabei.“

– Was hat dich dazu bewegt, zu uns zu kommen?

„Ich fand das „Total Beauty Concept“ sehr interessant. Wir sind kein klassischer Friseur Friseursalon, sondern bieten Dienstleistungen von Kopf bis Fuß an. Dadurch bin ich sehr frei im Arbeiten und lerne immer Neues dazu.“

– Welche Dienstleistungen machst du selbst am liebsten?

„Am liebsten mache ich Farbumgestaltungen und Haarverlängerung bzw. Verdichtung mit Hairdreams. Außerdem bin ich gerne in der Kosmetik und liebe Wimpernverlängerungen.“

– Du interessierst dich sehr für Kosmetik. Was begeistert dich besonders?

„In der Kosmetik wird nicht nur die Haut ins Gleichgewicht gebracht, sondern auch die Seele. Für mich selbst ist es eine Auszeit von dem ganzen Alltagsstress. Dort kann ich am besten meinen Kopf ausschalten und mit meinen Kunden entspannen. Meine liebste Behandlung ist die **Auszeit**-Behandlung, die ich letztens auf einem Seminar erlernen durfte. Dort biete ich meinen Kunden 90 Minuten pure Entspannung für Haut und Geist an.“



SELIN

Team im Gespräch

GIN + RUM

So sind wir dazu gekommen...

GIN & RUM – chill mit LILL and LILL

Manchmal muss es nur eine nette E-Mail sein.

Die **Bootleggers** stellten sich bei uns vor – mit den Worten – „kreiere deinen eigenen GIN“.

Mit diesem Satz hatten sie natürlich direkt unsere Aufmerksamkeit. Wir setzten uns als Familie Lill zusammen und beschlossen mit Harald Haberfellner ein Gin Tasting durchzuführen. Das Ergebnis: Wir müssen keinen eigenen Gin kreieren, denn der perfekte Gin existiert bereits – der Tonka Gin. Wacholderbeere trifft auf Tonkabohne, eine geschmackliche Offenbarung. Wir planten gemeinsam Flasche und Korken, Niklas designte das Label. Heute kannst du den Gin exklusiv bei uns im Laden kaufen.

Das Projekt ist für uns eine kleine Herzensangelegenheit, denn uns geht es dabei viel weniger um den großen Umsatz, sondern ausschließlich darum, schöne und auch schmackhafte Produkte für dich und uns anzubieten.

Daher viel Spaß mit diesem Bericht über die **Bootleggers**.



Unser Rum aus Jamaica und der Dominikanischen Republik

Der Weg zum eigenen Getränke-Label

Das cremefarbene Fixie-Bike lehnt lässig an der Ziegelwand unter den Stadtbahnbögen am Wiener Donaukanal. Gestützt von einem Fritz-Cola-Kühlschrank im Kleinformat. Malutensilien der eingemieteten Künstlerinnen belegen die Hälfte des Ziegelgewölbes. Ginfläschchen im Apothekerlook zieren die Regale im Shabby-Chic-Stil. Und zum Interview kommt Produktmanager Andreas Wurbs, einst Manager von Marko Arnautovic, davor Webdeveloper und Wirtschaftsinformatiker. Ein Mann, der nicht nur Gin, Rum und Botanicals versteht, sondern auch etwas von Marke und Vermarktung. Mehr Hipster geht nicht. **Kreieren, kosten, kaufen**

Die Bootleggers machen seit 2016 Spirits nach Maß. Vom Geschmackskonzept bis zur fertigen Flasche sitzen die Kunden mit am Tisch. Kreieren, kosten, kaufen. Den Namen haben sich die Gin-Doktoren von der Prohibition geliehen. Im Amerika der 1920er-Jahre versteckten Trinkfreudige den Flachmann mit Selbstgebranntem gerne im Stiefelschaft – im Bootleg. Mit Fusel hat die Truppe im Ziegelgewölbe aber so gar nichts am Hut.

Qualität und Quantität

Der meiste Aufwand in der Produkterstellung geht in die Servicierung der Kunden. Konzeptgespräche, erste Verkostungen, Feedbackschleifen: Das Produkt soll zu hundert Prozent zur Marke passen. Haben sich die Kunden erst einmal für eine Richtung entschieden, geht es oft ganz schnell. „Vom ersten Kennenlernen bis zur fertigen Flasche schaffen wir es in sechs Wochen. Vorausgesetzt, die Kunden können sich schnell entscheiden“, sagt Andreas Wurbs, Produktmanager von Bootleggers. 100 ist die magische Zahl: Weniger Flaschen pro Eigenkreation zahlen sich für das 18-köpfige Team nicht aus.

Gin ist nach wie vor das Aushängeschild. „Manche stöhnen und meinen: ‚Schon wieder Gin!‘ Aber das trinken die Leute eben einfach am liebsten. Und Gin bietet bei den Spirits die größte Spielwiese für den Einsatz von Botanicals“, sagt Wurbs. Botanicals („ein cooleres Wort für Kraut“) sind Auszüge, die aus Kräutern, Wurzeln, Blüten oder Früchten gewonnen werden. Latschenzapfen und Kiefernspitzen zählen ebenso zum Repertoire wie Kalamansi (eine Mischung aus Kumquat und Mandarine). „Für einen Gemüsebauern machen wir einen fabelhaften Tomaten-Gin. Für einen Erdäpfelbauern aus Bayern einen Kartoffel-Gin. Es muss stimmig sein und schmecken.“ Gerade experimentiert Wurbs übrigens an einem Spargel-Gin. Der ist eher auf der, sagen wir, gewöhnungsbedürftigeren Seite.

Rum-Machen mal anders

So gut das Geschäft mit dem Gin läuft – auf dem aufsteigenden Ast ist derzeit Rum. Die Freude, einen vollmundigen und samtigen Rum am Gaumen zu spüren, hat sich mittlerweile auch bis Österreich durchgesprochen. Dafür war Produktmanager Wurbs erst kürzlich in Mosambik, um nach Geschäftspartnern zu suchen. Das Projekt ist allerdings ein langfristiges: Vom Anbau des Zuckerrohrs bis zur ersten Destillat-Kostprobe vergehen drei Jahre. Und ab da wird weiter gelagert und modifiziert. Denn Rum, der etwas auf sich hält, lagert gut und gern zehn Jahre. Nach oben sind dem edlen Tröpferl kaum Grenzen gesetzt.

Das geht nicht einfach so in Mexiko

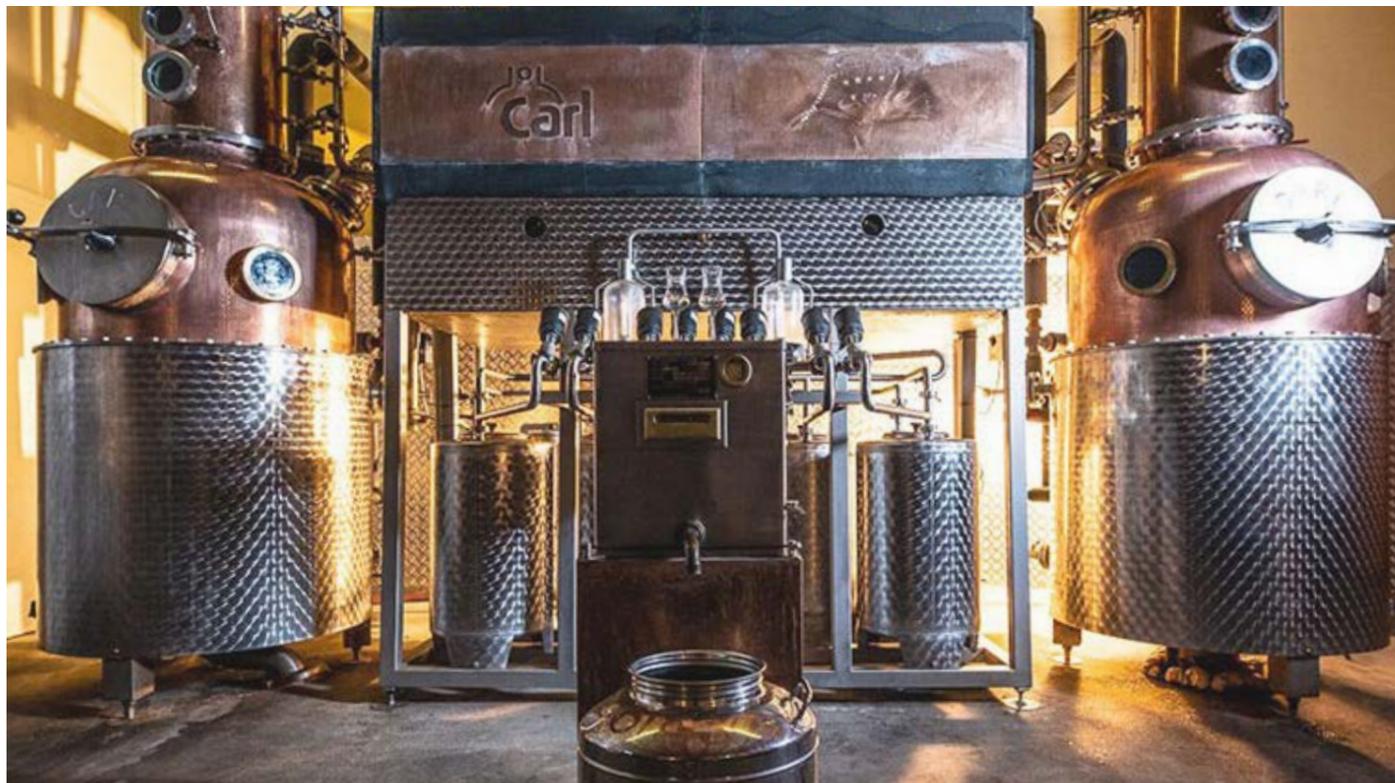
Auch die Nachfrage nach hochwertigem Tequila steigt. Wie guter Rum keine Cola braucht, muss sich auch guter Tequila nicht hinter Salz und Zitrone verstecken und als reines Vehikel zum Umhacken in dunstigen Nachtclubs dienen. Allein – Tequila ist herkunftsgeschützt. Man muss die eigene Marke in Mexiko registrieren, um etwas vom flüssigen Gold abzubekommen. Und wie das so ist mit den Behörden – die Beamtenmühlen mahlen unterm Sombrero halt auch nicht schneller als unterm alpenländischen Filzhut.

Mehr Mut zu Wermut

Schon 2013 besang die Wiener Band Bilderbuch den Wermut. Zeit, dass dem Kraut und Getränk auch die Bootleggers huldigen, findet Andreas Wurbs. Unter Wermut versteht man Wein, der mit zusätzlichem Alkohol aufgespritzt und mit verschiedenen Kräuterauszügen (unter anderem Wermutkraut) veredelt wird.

Das Ergebnis ist ein spritziges aromatisches Getränk mit 14,5 bis 21,9 Prozent Alkohol. Je nach Zugabe kann der Wermut süßlicher oder auch herber und bitterer sein. „Der Begriff Wermut sei noch zu sehr mit Schwere behaftet“, so Wurbs: „Man muss da ein wenig mehr Leichtigkeit reinbringen.“

Wermut kann ein großartiger Weg sein, Weißwein zu veredeln und ihn so vor dem sprichwörtlichen Verderben zu bewahren. „Einen Grünen Veltliner musst du schnell verbrauchen, bevor er nicht mehr schmeckt“, so Wurbs. Durch das Veredeln zum Wermut bleiben Winzer nicht auf ihrer Ware sitzen, denn die Beigabe von Alkohol und Botanicals verlängert die Haltbarkeit und vor allem die Genießbarkeit des Weins.



Lieber geistreich als bleifrei

Trends hin oder her – beim Hype der alkoholfreien und Low-Alcohol-Drinks wollen die Bootleggers nur zum Teil mitmachen. „Wir sind auf Spirits spezialisiert. Der Alkoholgehalt intensiviert das Geschmackserlebnis – die Botanicals und Aromen treten viel stärker hervor“, erklärt Wurbs. Außerdem kämen Kunden zu ihnen, um „echten“ Gin, Whisky oder Rum zu kaufen. Wer nur Kräuterauszüge wolle, sei besser beraten, Tees anzusetzen, diese abkühlen zu lassen, um sie dann frisch in Drinks zu verwenden: „Der fehlende Alkohol in Kombination mit pflanzlichen Ölen macht alkoholfreie Auszüge dieser Sorte extrem schnell verderblich. Ohne zusätzlich Konservierungsmittel geht da nichts.“ Deswegen setzen sie zwar auf Alkohol-Reduzierte Varianten aber nicht auf Produkte die so tun als wären sie etwas, was sie nicht sind.

Was die Bootleggers aber sehr wohl herstellen, sind Sirupe und Liköre. Diese lassen sich zu alkoholfreien oder alkoholärmeren Cocktails oder Longdrinks mixen, ohne auf Haltbarkeit und Geschmacksqualität zu verzichten. Auf diese und andere Produkte der Bootleggers setzen heute schon rund 600 Kunden. Die meisten aus dem Ausland. Die meistgereisten Gins schicken die Bootleggers übrigens nach Thailand oder Korea.

DIE FIRMENGESCHICHTE

Drei Generationen – Lill

Ein Leben voller Haar



1959 Marius Vater Günter, aus Münster, war ein junger Mann mit einem frischen Meisterbrief in der Tasche, als er das Angebot erhielt, einen Salon in Wenningstedt auf Sylt zu übernehmen.

Das Wohn- und Geschäftshäuschen kaufte er von Hein Vollertsen, der in einen Bungalow zog, während er und seine Frau Helga in das LILL Salon Häuschen einzogen.

1964 Hier wurde Marius am 6. Mai 1964 geboren.

Allerdings wurde das alte Friseurgeschäft ein Opfer der Flammen und des Löschwassers, dadurch war auf Sylt alles im Umbruch. Am Ende entstand eine kleine Einkaufsmeile mit dem LILL Friseur für Damen und Herren, Metzger Friedriksen, Tante Emma Laden Nieholm, Supermarkt, frischem Fisch und Kneipe.

1970 La Biosthetique wurde 1970 als Partner gewonnen, und der Duft von "Baby-bios" lag in der Luft.

Marius Mutter Helga hatte zu diesem Zeitpunkt ihren eigenen Salon nur wenige 100m entfernt im Hause Wüstefeld an der Kliff Kante, der später zum Postkartenmotiv von GOSCH in Wenningstedt/Sylt wurde.

Schaffe, Schaffe Häusle baue – so war das damals, nur nicht sentimental werden ;)

1976 Die große Sturmflut riss (für die jüngeren unter den Lesern) ca. 50m Kliff ins Meer.

Zum selben Zeitpunkt kam es auch in der Familie Lill zum Sturm und Günter und Helga gingen getrennte Wege.

Salon auf Sylt ca. 1962

Für Marius und seine Mutter ging es nach München-Laim. Wieder Friseursalon unten im Haus, wieder mit La Biosthetique im Gepäck.

1979 Marius begann seine Ausbildung als Friseur im Salon Herbert Radlinger - La Biosthetique, dem größten La Biosthetique-Salon im Süden, mit 26 Mitarbeitern, davon 10 Auszubildende, und einem nicht endenden Anmeldebuch.

Nach seiner Gesellenprüfung im Friseurhandwerk wartete der Wehrdienst auf ihn. Nach 2 Jahren beim Bund als Sanitäter ging es zur Friseur Akademie Niesner im Elisenhof München.

1988 Im Anschluss arbeitete Marius in der Salonfiliale Westkreuz, mit Meisterprüfungsabschluss 1988.

1989 -91 Nun kam der Wunsch auf, Trainer zu werden und es gab die Chance eine kleine RYF Coiffeur Akademie in Hamburg zu leiten.

Durch das erlangte Wissen, wie beispielsweise die Strukturen bei RYF Coiffeur waren, kam es nun auch zu Salon-Einsätzen deutschlandweit. Der Beginn seines Trainer Daseins, das er bis heute liebt.

Zurück in München durfte Marius im Mai 1991 Susanne kennenlernen. Frisch gebackene Salonleitung für RYF Coiffeur, in Göttingen. Schon kurz darauf folgte Susanne nach München und Marius wurde in die Filiale „Baldham“ versetzt.

1992 Kurz darauf startete die Selbstständigkeit mit einer sogenannten "Stuhl-Miete" im Figaro, Karlsfeld. Susanne machte sich ebenfalls selbstständig und übernahm den Salon SHAMPOO in der Ungererstr. 159 München.

1993 Somit hatten die beiden eine gemeinsame Salonadresse und ein zweites Zuhause für die nächsten neun Jahre. Das Jahr 1993 hatte mit ihrer Hochzeit und der Geburt ihres Sohnes Niklas einiges zu bieten und so wurden die Lills zu einer kleinen Familie.

1995 Marius ist im Jahr 1995 trotz der Sicherheit im Salon Figaro den dauerhaften Schritt nach München in die Ungererstr gegangen, um Susanne zu unterstützen.

Mit bescheidenen Mitteln und viel Energie haben die Zwei in diesem Zuge den Salon auf Vordermann gebracht und als „Marius Haardesign“ wiedereröffnet.

Da der Salon in München zu diesem Zeitpunkt viel zu groß war, schlossen sie sich mit ihrem Freund Bernhard Ries zusammen, der die Berliner Modedesigner-Boutique „Molotow“ im vorderen Bereich etablierte.



Günter Lill
vor seinem ersten Salon auf Sylt

Ca. 2 Jahre später zog „Molotow“ weiter in die Leopoldstr. während Susanne und Marius den Salon erweiterten und einen neuen Kassen- und Beratungsbereich, mit coolen Regalen, einem 3-Meter-Spiegel und einem Sisalteppich schufen.

Der Salon wuchs mit drei Auszubildenden auf neun Mitarbeiter an.

2001 Aber schon im Jahr 2001/2002 begannen sie die Suche nach einem neuen Salon. Entweder Parkstadt Schwabing, Ottobrunn oder Dachau sollte es sein. Zu diesem Zeitpunkt haben die drei Lills in der Rothschaige / Karlsfeld gewohnt und waren schon da die Fahrerei satt.

In Dachau trafen sie sich mit Andreas Scherm (mittlerweile Dr. Andreas Scherm), der gerade mit seiner Familie am Großbauprojekt in der Dachauer Altstadt arbeitete.

In diesem Zuge schrieb Marius seine erste E-Mail – noch mit PIA-Modem.
Marius: „Bin ich schon drin?“

Mit dieser E-Mail wollten Susanne und Marius ihre Visionen für LILL and LILL Hair and Bodyconcept teilen, denn eigentlich sollte im Schermhof kein Friseur einziehen. Doch die Idee fand bei der Familie Scherm Anklang. Begeistert von dem Konzept, unterstützten sie bei der Umsetzung. Der Schermhof sollte zu einer Stätte der Begegnung werden und nicht nur eine Büro und Schlafstätte sein. Gemeinsam mit der Architektin Bettina Zangenberg schufen Susanne und Marius, der damaligen Zeit voraus, einen modernen Loft Charakter mit der Liebe zu Holz.

2003 Im Dezember 2002 war der neue Salon endlich fertig und im Januar 2003 fand offiziell der Start von LILL and LILL Hair and Bodyconcept statt.

Dieses Jahr wurde das 20-jährige Jubiläum in Dachau gefeiert, um sich bei dem Team und den Kunden zu bedanken.

Fortsetzung folgt, denn es gibt noch viel zu erzählen...





Unsere Brautpakete:

Basic – 270€

Probe, Haare & Makeup

Exklusiv – 350€

wie Basic + 45Min Kosmetik, Maniküre & Lack

BRAUT STYLING

Melanie, unsere Brautfrisuren-Expertin, verrät euch heute ihre Tipps und Tricks für den perfekten Hochzeits-Look. Die Hochzeitssaison steht vor der Tür und es ist an der Zeit, unsere Bräute zu empfangen.

Als Stylistin liebe ich es, Bräuten zu helfen, ihre Traumfrisur für den großen Tag zu finden. Meine absoluten Lieblingsfrisuren für Bräute beinhalten immer ein Flechtelement. Egal, ob die Haare komplett hochgesteckt sind oder halb offen getragen werden – eine elegante Flechtfrisur verleiht jedem Look das gewisse Extra. Moderne Bräute bevorzugen heutzutage eher verspielte und lockere Frisuren, anstatt streng und formell auszusehen. Oftmals entscheiden sie sich für florale Diademe, Tiara oder andere verspielte Accessoires, um der Frisur mehr Ausdruck zu verleihen.

Ein Brautstyling ist eine sehr zeitintensive und aufwendige Angelegenheit. Deshalb berate ich jede Braut ausführlich in einem Vorgespräch, um sicherzustellen, dass alles perfekt ist. Wir gehen gemeinsam durch alle Details und ich höre aufmerksam zu, um ihre Wünsche und Vorstellungen zu verstehen und in das Styling einfließen zu lassen.

Beim Braut Make-up halte ich es immer schlicht, um das Hochzeitskleid in den Fokus zu setzen. Die Braut soll sich selbstbewusst und wunderschön fühlen, ohne von ihrem Kleid abzulenken. Ich finde gemeinsam mit der Braut den perfekten Look, der zu ihr und ihrem Kleid passt und in dem sie sich rundum wohlfühlt.

Wir bieten unseren Kundinnen die Wahl zwischen einem Basic- und Exklusiv-Paket an. Egal für welches Paket sich die Braut entscheidet, wir stellen sicher, dass sie am Ende des Tages glücklich und zufrieden mit ihrem Styling ist. Wir lieben es, Bräuten zu helfen, ihren Traum-Look zu finden und es macht uns unglaublich viel Spaß, Teil des Hochzeitstags zu sein.



Vorher - Nachher

Susanne: „Kommt euch das Gesicht bekannt vor?“

Genau sie ist es, unsere Auszubildende Chiara. Thema dieses Artikels ist eine Farb-, Schnitt- und Typ-Veränderung für ein Fotoshooting. Ich hatte ganz ehrlich gesagt schon im Kopf, was ich machen wollte. Es sollte ein trendiger und moderner Look entstehen, gestuft, frech, wild. Auf der Suche nach einem geeigneten Model brauchte ich nicht lange suchen, sie stand ja direkt vor mir und ich fragte sie: "Chiara hast du Lust auf eine Typ Veränderung?" Sie war von der Idee total begeistert und freute sich auf den Termin.

Chiara trug wie viele, einen etwas längeren Bob. Mal glatt, mal wellig oder mit einem am Oberkopf zusammengebundenen Zopf. Ich empfand ihren Frisuren-Stil nicht passend zu dem, was Klamotte und Make-up anging. Sie ist eine junge rockige Frau, fährt gern Motorrad, eher sportlich, gelegentlich auch weite Hosen, im wieder modernen Look der 90er.

Einfach super Trendy. Ihre Haarfarbe war schön im Rotbereich aber unspektakulär, keine Bewegung, wenig Brilliance.

Meine Idee: Ihr die Haare stufig und mit einer langen Nackenpartie zu schneiden. Der Oberkopf sollte deutlich kürzer, verspielt, bewegter sein und der Nacken unverbunden mit weich geschnittenen Längen. So, wie es derzeit alle Trendmagazine vorleben. Dadurch wird der eigentliche Stil von Chiara deutlich unterstrichen, edel in der Freizeit und nach dem Motorradfahren eher wild und frech.

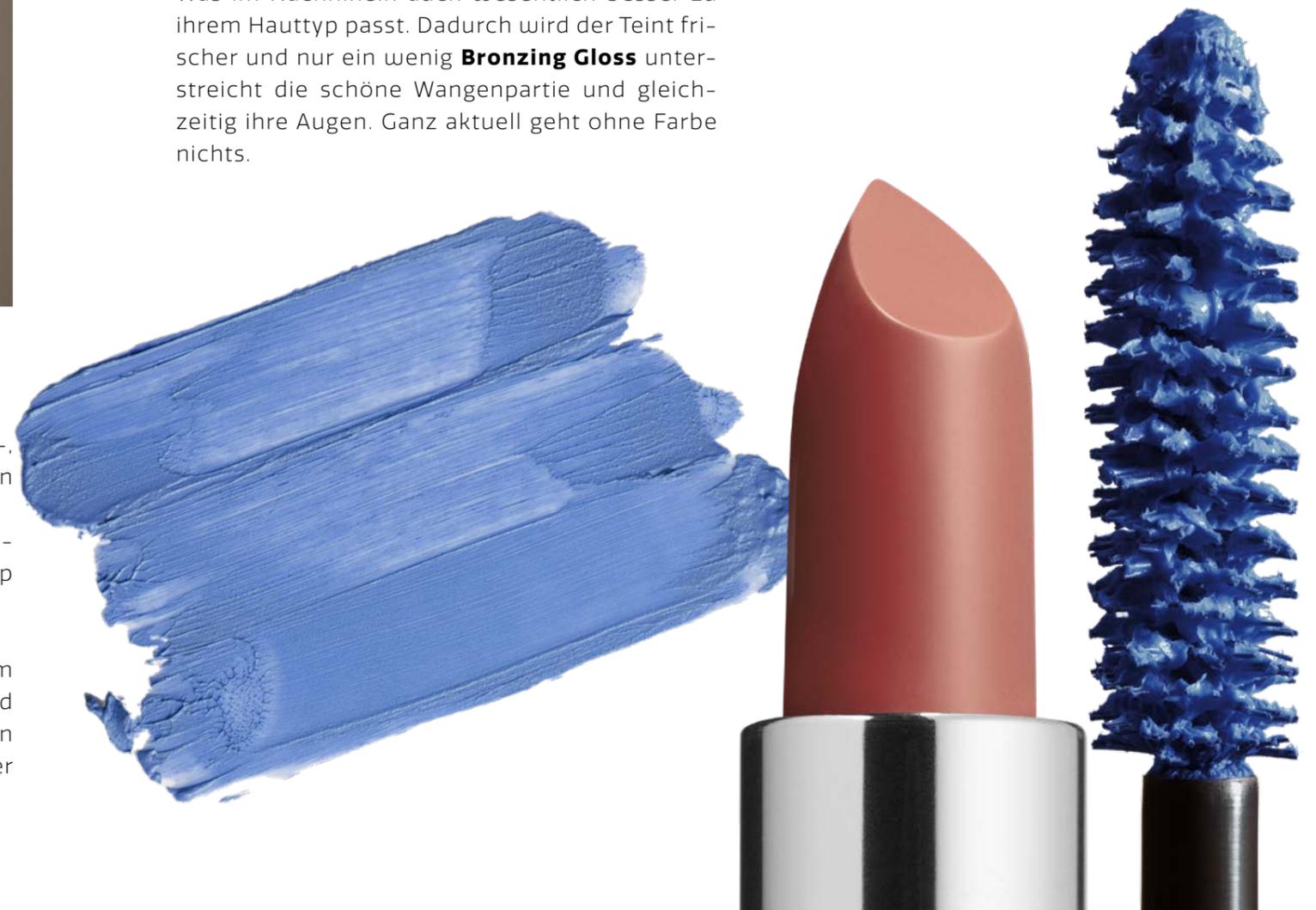
Ich stellte mir dazu ein kühles helles Haar im Blond Bereich vor. Auf jedenfall musste es heller, pastelliger werden.. Das war besonders wichtig, denn Chiara hat einen sehr hellen Teint. Sehr fein und diese tollen strahlenden Augen. All das gehört unterstrichen durch Haarstyling, Coloration und Make-up.

Die Coloration übernahm Niklas und erklärt im Anschluss wie, was und warum das Ergebnis ein kupfriges Blond wurde.

Was im Nachhinein auch wesentlich besser zu ihrem Hauttyp passt. Dadurch wird der Teint frischer und nur ein wenig **Bronzing Gloss** unterstreicht die schöne Wangenpartie und gleichzeitig ihre Augen. Ganz aktuell geht ohne Farbe nichts.

Ich haben für das Augenlid unseren **Eyeshadow Pen Sky** benutzt. Ein heller bläulicher Ton, den Wimpernkranz oben und unten mit **Automatic Pencil for Eyes K27 Radiant Lilac** betont und ausgesoftet. Alle Augenprodukte sind wasserfest und schützen vor verlaufenden Augen Make-up, besonders im Sommer. Schwarzer Maskara lässt die Wimpern fülliger und definierter erscheinen, anschließend habe ich mit unserer Maskara **Perfect Volume Midnight Blue** das i-Tüpfelchen gesetzt. Das ist gerade der Clou überhaupt. Farbige Wimpern sind dieses Jahr sozusagen ein Muss. Die Lippen haben wir mit dem **Sensual Lipstick Glossy G332 Mulberry** betont. Ein Stift, der in jede kleine Tasche gehört und immer schnell und leicht aufzutragen ist. Die Nägel haben wir schön geformt und in einen edlen Branton **Brilliant Nail Mocha** lackiert.

Chiara fühlt sich mit ihrem neuen Look super gut. Sie wirkt selbstbewusster und scheint ihren Stil jetzt richtig auszuleben, probiert mal was aus und spielt jetzt mit Make-up und Styling. Öfter mal was Neues und das Umfeld einfach überraschen. Das ist uns gelungen".



Der Farbprozess

Ausgangslage



Niklas:
Hier, ein kleiner Einblick in die Farbgestaltung für Chiara.
Ich habe mich sehr gefreut, das große Projekt anzunehmen, da diese Art von Veränderung für mich eine besondere Herausforderung und auch eine Art Lieblingsdisziplin ist.
Ausgangsbasis bei Chiara war ein häufig dunkel gefärbtes Haar mit sehr hohem Rotanteil. Die ursprüngliche Ziel Haarfarbe von Susanne wäre ein sehr pastelliger, kühler Ton gewesen, allerdings hatte ich von Anfang an Bedenken bei der Umsetzbarkeit geäußert. Besonders ein bereits häufig gefärbtes Haar ist hartnäckig. Zu-

erst haben wir die Längen und im weiteren die Ansätze blondiert.
Nach circa 1 Stunde Einwirkzeit wurde die Blondierung abgewaschen und wir haben uns den Zwischenstand im trockenen Zustand angeschaut. Ergebnis, noch nicht genug Helligkeit und sehr viel Kupfer und Rotpigment, das beim Blondieren üblicherweise übrig bleibt.

Daraufhin haben wir entschieden, einen zweiten Blondiervorgang vorzunehmen. All das ist nur möglich, wenn die Haarstruktur das verkraftet und wir hier die Beihilfe unseres genialen Produktes MMC haben.

1. Blondiervorgang



Dies senkt die Haarschädigung beim Blondieren um knapp 80%.

Nach dem zweiten Durchgang hatten wir schon ein deutlich klareres Ergebnis. Jedoch gab es immer noch Kupfertöne, die sich auf dem Haar befunden haben, obwohl die Basishelligkeit die höchste Stufe erreicht hat. Dies ist bei häufig gefärbten Haar, besonders in Rotbereich, durchaus gängig. Daher haben wir uns für ein pastelliges Kupferfarbton entschieden.

Im Vergleich zur Ausgangslage ist die neue Farbe circa sechs Farbstufen heller*.

2. Blondiervorgang



Shampoo, mal anders.



Classic Shampoo Bar

Nachhaltigkeit - Methode Essentiel

Essentiel Classic Shampoo Bar ist wie ein flüssiges Shampoo – nur ohne Wasser. Im Vergleich zu Haarseifen ist es wesentlich leichter anzuwenden, weil es den zusätzlichen Schritt der Säurespülung nicht benötigt. Der Wechsel vom flüssigen Shampoo zum Essentiel Classic Shampoo Bar ist super easy und unkompliziert.

Die Besonderheiten des Shampoo Bar:

2 in 1: Shampoo & Conditioner

Reinigt jeden Haartyp sanft, pflegt Haare und Kopfhaut mit Sheabutter

Ein Shampoostück reicht für 40 bis 60 Haarwäschen

Besonders ressourcenschonend

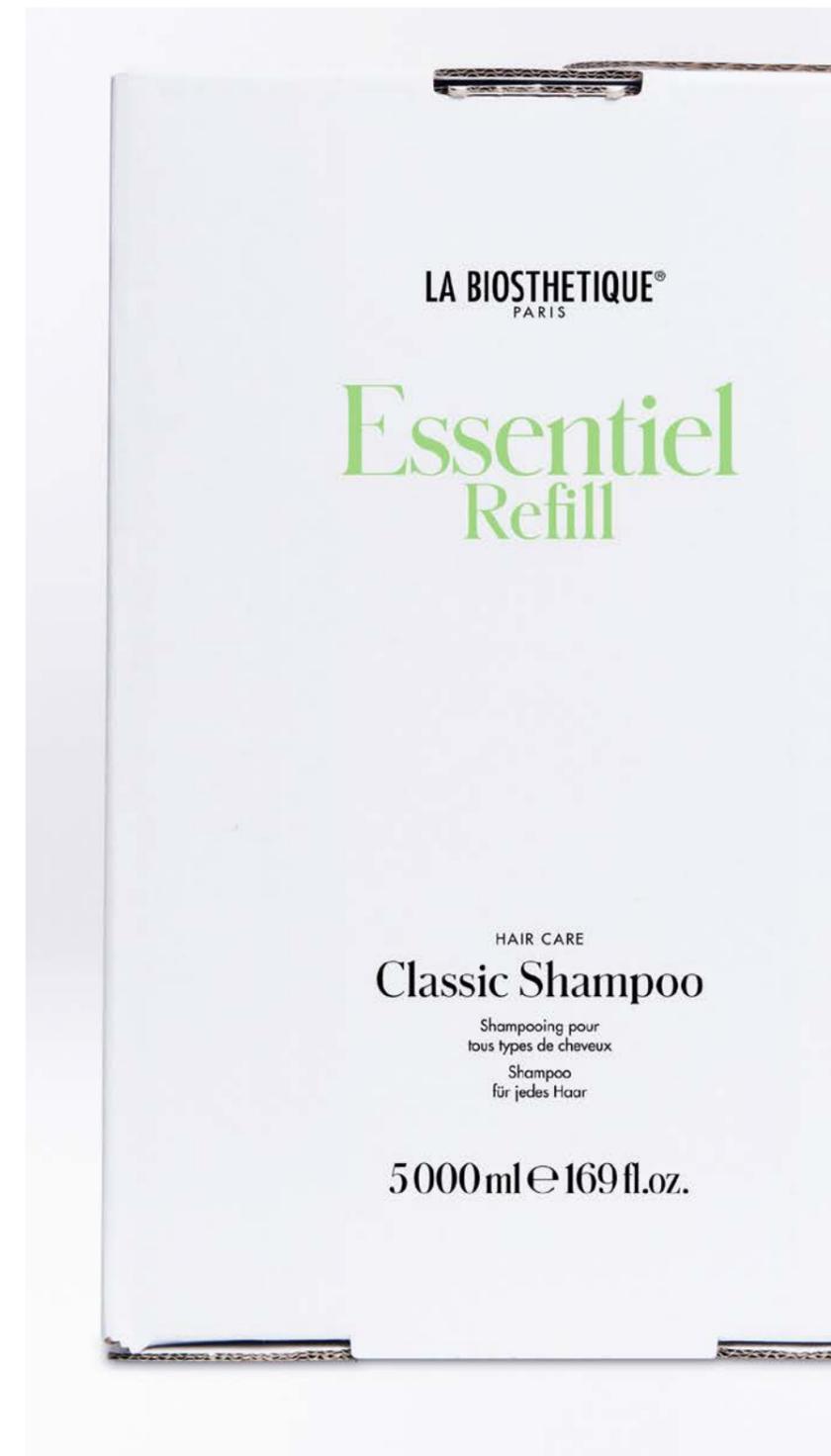
100% plastikfrei & recyclebar verpackt

REFILL

La Biosthetique Essentiel bietet alles, was es zu einer milden Reinigung und zum schnellen Strukturausgleich pflegeleichter Haare und für hygienisch frische Hände braucht. Jeden Tag und für die ganze Familie.

Um so schön zu bleiben wie es ist, möchte auch von Natur aus pflegeleichtes Haar liebevoll umsorgt werden. Diese Aufgabe übernehmen die Produkte der Essentiel Familie. Das zart duftende Classic Shampoo reinigt sämtliche Haartypen auf milde Weise und unterstützt dabei das gesunde Kopfhautmilieu. Nach der Haarwäsche bindet der Classic Conditioner die Feuchtigkeit im Haar, pflegt es geschmeidig weich und schenkt lebendigen Glanz. Tiefenwirksame Sofort-Pflege und sofortigen Strukturausgleich ohne Auswaschen bietet das Classic Conditioning Spray. Wie die anderen Mitglieder der Essentiel Familie zeichnet sich auch das Classic Hand Cleansing Gel durch seine unkomplizierte Anwendung aus. Unterwegs, zwischendurch und immer dann, wenn Wasser und Seife gerade nicht verfügbar sind, sorgt es für einen Frischekick und hygienisch saubere Hände. Essentiel ist das Ritual täglicher Pflege für die ganze Familie.

Mit Essentiel geht La Biosthetique einen Schritt weiter in eine nachhaltige Zukunft. Die Lösung: Ein Refill-System, mit dem die leeren Flaschen im Friseursalon wieder befüllt werden.



Outfits:
Jung Concept
Konrad-Adenauer-Str. 34
Dachau





Jeanskleid 179€



Fotoshooting Mai 2023

Ca. 2 mal im Jahr gibt es bei uns ein großes Fotoshooting. Dort setzen wir gemeinsam kreative Ideen um.

Dieses Mal waren dabei (von links):
Laura Schmid, Niklas Lill, Susanne Lill,
Sabine Werkmüller, Laura Szilagyi,
Marius Lill, Chiara Conen.









Blazer 169,95€
Hose 99,95€



Kunden im Interview

Hallo Sibylle & Andi.

**Erzählt uns und unseren Lesern doch bitte
- Warum Lill and Lill Hair and Bodyconcept?**

Sibylle: „Nun ja, nicht nur ,dass wir uns seit ca. 17 Jahren kennen und Kunden sind, uns verbindet natürlich sehr viel. Wir lieben die Art, wie die Familie Lill "drauf" ist und einfach im Salon agiert. Uns gegenüber und auch mit dem Team herrscht ein herzlicher Ton im Salon. Alle sind aufmerksam und diskret zu gleich. In Abhängigkeit zu unserer Stimmung wird feinfühlig darauf eingegangen. Mal leise oder auch mal mit Gelächter. Wie es gerade passt. Für mich ist der Besuch im Salon wie eine kleine Wellness-Auszeit. Das beginnt mit der Begrüßung und geht mit dem Tee - oder je nach Lust und Laune mit einem anderen Getränk weiter. Farbe, Schnitt und Anwendungen greifen nahtlos in einander über.“

Sibylle was nutzt du im Salon?

„Ich habe Naturwelle, sprich Locken. So weit es möglich ist verändern wir den Look durch die Haarlänge, dadurch sieht es immer etwas anders aus. Wir haben auch mal versucht, die Farbe natürlich (grau) rauswachsen zu lassen. Das gefiel Marius und mir nicht besonders gut. Ein kurzes Gespräch und wir sind wieder zur Farbe Kupfer zurückgekehrt. Mal etwas leuchtender, mal etwas satter, so wie es uns gefällt. Wobei ich Marius dabei auch wirklich freie Hand lasse, die Varianten liebe und die kleinen Überraschungen schätze.“

Mein Augendesign ist für mich ein Muss, alle im Team sind auf das perfekte Augendesign trainiert und machen es toll. Hiermit **DANKE DAFÜR.**“

Thema Produkte für zuhause?

„Kurz überlegen, was ist mir wichtig - mein Haar ist durch die Naturwelle etwas unruhig und fühlte sich etwas spröde an. Das konnten wir durch die Curl Serie und durch die Brillance Creme wunderbar in den Griff bekommen. Wenn ich Lust habe, suche ich mir auch mal etwas neues vom Make-up Trend aus.“

Sibylle eine Frage bitte noch – Wie verträgt sich die Farbe am Haar und Locken für dich?

„Marius erklärte mir mal, dass die La Biosthetique Haarfarbe einer der schonendsten Haarfarben am Markt ist. Sie bleibt lange Zeit brilliant und hält super – wenn da der Ansatz nicht wäre ;)“

Danke Sibylle und nun zu dir Andreas – Warum du und die Lill's?

Andreas: „Ich weiß gar nicht, wer von uns zuerst bei den Lill's war, Sibylle oder ich. Für mich ist ein gepflegtes Aussehen in meiner Freizeit absolut wichtig. Mein Beruf ist manchmal etwas "unsauber" um es nett zu sagen, daher schätze ich es sehr, wenn ich gepflegt bin. Männerkörperpflege ist mir wichtig – sehr wichtig sogar. Dazu gehört zum Beispiel auch das richtige Parfüm. Mein Haarschnitt und Styling macht Marius.“

Habt ihr mal über Haarfarbe für den Mann gesprochen?

„Ja haben wir, aber das war für Marius und mich kein großes Thema, auch wenn ich mittlerweile Grau bin. – Außer ein Grey Shampoo, das war cool.“

Was mag ich noch – meine Haare werden nach dem Schnitt noch einmal ausgespült – ich bekomme eine heiße oder kalte Kompresse und die "Männer" Creme. Ach ja und eine Nacken- und Kopfmassage, manchmal etwas zu kräftig (wenn Marius zu viele Knödel gegessen hat ;)) aber richtig gut.“

Was benutzt du für dein Styling und Co.?

„Ich nutze die **Homme Styling Pomade** in der Dose – riecht gut, hat eine super Griffbarkeit und ist auch noch ergiebig. Zum Duschen verwende ich **Homme 3in1 Douche** und abschließend die **"Männer Creme" aus Homme Serie** für das Gesicht – Ende Gelände.“

Bitte noch eine Frage – Wer zupft dir die Augenbrauen?

„Wenn möglich, Selin. Sie macht das einfach toll. Mit Faden und Pinzette und dann noch eine herrliche Massage an den Augen.“

Ich kann es nur bestätigen, ein toller Typ, von Kopf bis Fuß. Besonders die Schuhe, sind immer ein Hingucker. Vielen Dank ihr zwei für euer Interview, eure Freundschaft und Treue.

Eines haben wir ja noch vergessen: Sibylle, deine Mama dürfen wir ja auch bedienen. Nicht nur im Schnitt und Styling, sondern auch etwas Besonderes, das Susanne macht.

Sybillle: „Susanne ist ja nicht nur Friseurmeisterin, sondern auch ausgebildete Heilpraktikerin mit Schwerpunkt für Ästhetische Medizin. Mit diesem Wissen durfte Susanne bei meiner Mutter etwas die Lippen füllen und die Fältchen glätten. Ohne Botox, stattdessen mit Hyaluron. Und den Augenbrauen hat Susanne wieder eine Form geben mit einer hauch-feinen Mikroblading Technik. Einfach etwas frischer ohne an der Altersuhr zu viel zu drehen.“

Vielen Dank, das wir auch noch deine Mama erwähnen durften.



Tonka GIN

40 Vol. – 500ml
39,50€





Tipp's und Tricks für schöne gleichmäßig gebräunte Haut

Pigmentflecken und -störungen entstehen meist durch zu viel Sonnenbaden, aber auch andere Ursachen wie Medikamente, Hormone und Alter können Auslöser sein. Die Flecken entstehen durch eine nicht gleichmäßige Ansammlung des Farbstoffs Melanin. Sie sind in der Regel harmlos werden dennoch als unschön angesehen, vor allem im Gesicht.

Hier unser spezieller Tipp für dich. Reinige deine Gesichtshaut regelmäßig mit einer für dich passenden Milch, Schaum oder Gel von La Biosthetique. Mit **Dermosthétique Peel³ Complex Deep Purifying Mask** entfernst du überschüssige Hautschüppchen. Für die Befeuchtung und einen ebenmäßigen Teint

sorgt anschließend der **Hyaluronic Acid Hydrating Toner** und das **Ocean Plant Refining Hydro Serum**. Zum Abschluss empfehlen wir die **Sun Care Cream Sensitive SPF 50+**. Diese Kombination des täglichen Beauty Rituals sorgt dafür, dass die Pigmente in der Haut gleichmäßig verteilt werden und Pigmentflecken keine Chance haben. Bestimmte Körperteile, wie Arme und Beine werden einfach nicht braun? Mit unserer neuen Spa Körperpflege reinigst und pflegst du sie nicht nur, sondern du tust auch deiner Gesundheit etwas Gutes. Die Spa Serie sorgt dafür, dass sich das Mikrobiom deiner Haut wieder regeneriert. Natürliche Peelingkörner lösen trockene Hautschüppchen, während Feuchtigkeitsfaktoren und pflanzliche Prebiotika die Haut in ihrem

gesunden Gleichgewicht halten. Empfindliche gerötete, trockene Haut, Ade! Mit dem **Spa Refreshing Body Peeling** und der **Hydrating Tan Activating Bodylotion** regelmäßig angewandt, lockst du die Pigmente an die Hautoberfläche. Sie sorgen nicht nur für eine schöne gleichmäßige Bräune deiner Haut, sie sind wichtig für den Eigenschutz deiner Haut.

Achtung! Nicht vergessen vor jedem Sonnenbad und Aufhalten im Freien einen für dich passenden Hautschutz aufzutragen. Hier bieten sich Creme, Lotion und Spray je nach Belieben und Lichtschutzfaktor der Sonnenserie **Soleil** an. Hast du Fragen, dann komm gern auf uns zu. Wir beraten dich gerne.

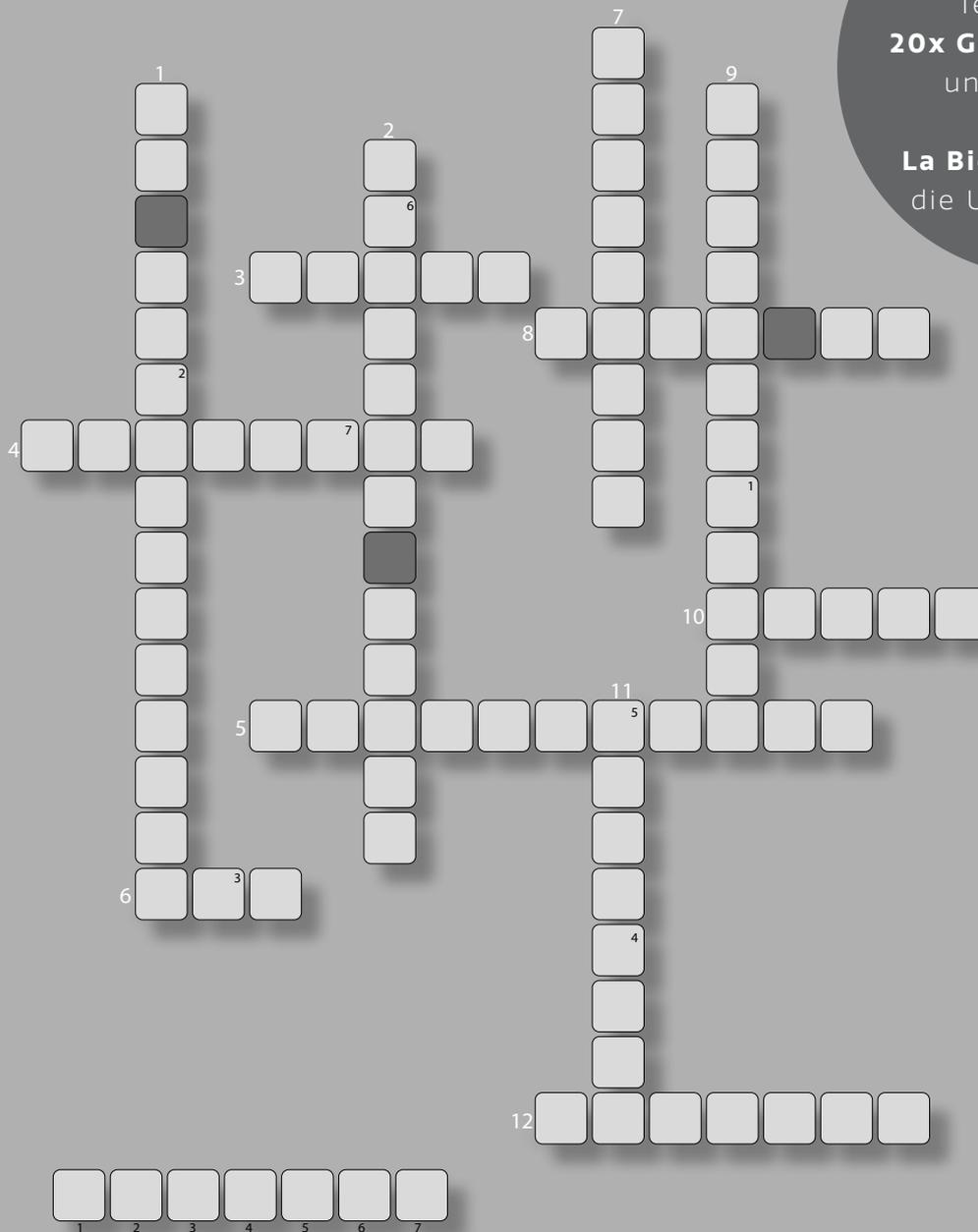
QUIZ

Wir verlosen
unter allen
Teilnehmern

20x Geschenkpakete

und bedanken
uns bei

La Biothetique für
die Unterstützung.



1. Mit den Produkten welcher Firma arbeiten wir?
2. Wie wird der moderne Pony genannt?
3. Violett ist eine ...?
4. Was bietet unser Salon abgesehen von Friseur-Dienstleistungen an?
5. Schutz vor der Sonne
6. Aus wie vielen Personen besteht unser Team?
7. Was sollte einmal die Woche benutzt werden, um die Haarstruktur aufzubauen?

8. Für was steht der Fachbegriff dekorative Kosmetik?
9. Ein anderes Wort für Lash Lift
10. Zu einem klassischen Friseurbesuch gehört Waschen, Schneiden und?
11. Wie wird ein Friseur in der Schweiz genannt?
12. Welcher Musiker wurde mit seiner „Tolle“ weltberühmt?

Einsendungen bis zum 09.09.2023

Lösungswort mit Namen und Telefonnummer bitte per Mail an kontakt@lillandlill.de

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Teilnahmebedingungen unter: www.lillandlill.de/gewinnspiel

www.lillandlill.de