

Männer machen sich schön

Ein gepflegtes Äußeres gilt plötzlich als Schlüssel zum Erfolg



Männer sind anders. Natürlich. Ihnen wachsen im Gesicht Haare, die nach zwei Tagen so borstig werden können, dass sich gut Parmesankäse auf den Wangen raspeln ließe. Männer finden auch, dass ein paar Hautunreinheiten ihrer Schönheit keinen Abbruch tun. Männer knipsen ihre Fingernägel mit der Zange ab, statt sie zu schneiden. Und Männer brauchen auf Reisen nur ein kleines Beutelchen für die Rasierutensilien. Allenfalls ein Duschgel muss mit - damit kann man sich

schließlich auch die Haare waschen.

Ja, Männer sind anders. Das sagt auch Tünde Hartweg. Sie muss es wissen. Denn sie hat sich gewissermaßen auf diese Spezies spezialisiert. Aber immer mehr Männern, behauptet sie, wird allmählich klar, dass ihnen ein gepflegtes Aussehen nützt. Dass es der Schlüssel zum Erfolg ist. Und dass es mit Bürste und Duschgel alleine nicht mehr getan ist. Daher haben Tünde und ihr Ehemann beschlossen, den Herren noch etwas auf die Sprünge zu helfen – mit dem ersten großen Wohlfühlcenter Deutschlands in München, in den nur Männer Zutritt haben.

Ein echter Kerl, der will Karriere machen, und wenn dazu die Kosmetik hilfreich ist – bitteschön. Man(n) muss sich nur Nicolas Sarkozy ansehen, den eitlen Geck. Doch wer kann schon widerlegen, dass das Geld, das er während seines Wahlkampfes um das Amt des französischen Staatspräsidenten in Peelings und Masken investierte – angeblich ein Betrag in fünfstelliger Höhe – letztlich gut angelegt war?

Oder Silvio Berlusconi. Der verschweigt erst gar nicht, dass er für sein medienwirksames Auftreten im Dienste des italienischen Staates gern hier und da ein paar Fältchen unterspritzen und die Tränensäcke straffen lässt.

In prominenter Lage Münchens sollen nun die Herren die Möglichkeit haben, sich nach einem harten Arbeitstag die Gesichtszüge entspannen zu lassen und auf die nächsten großen Aufgaben vorzubereiten. 350 Quadratmeter misst der durchgestylte Wellnessstempel. Holz, Leder und Metall dominieren. Grün und Weiß sind die Hauptfarben, und so wirken die Behandlungsräume mit ihren breiten beheizbaren Liegen und allerlei technischen Gerätschaften wie moderne Zahnarztpraxen.

Das muss wohl so sein. Klimbim nämlich mögen Männer nicht. Räucherstäbchen, warme Apricotöne und meditative Klänge machen Ihn nicht an. Männer wollen wie Männer behandelt werden, sagt Tünde Hartweg, die schon auf der Kosmetikschule lieber den einzigen Mann in ihrer Klasse herausputzte als die Kolleginnen.

Als männlich gilt: klare Linien, keine Schnörkel. Ganz neu ist der Gedanke nicht. Bereits vor mehr als zehn Jahren kam beispielsweise in den USA eine Pflegeserie auf den Markt, die vor allem durch ihre Klarheit auffiel. Auf den Tuben und Töpfchen stand in einfachen Worten, für welche Körperteile der Inhalt gedacht ist. Denn je blumiger und abstrakter die Umschreibungen, desto skeptischer und ratloser werden die Männer. Die Behandlungspakete im Münchner Schönheitssalon heißen denn auch wie Sitzplatzkategorien im Flugzeug: Economy, Business und First Class. Dahinter verbergen sich Masken, Peelings und Massagen in vielen Varianten.

Warum aber wollen immer mehr Herren all das, was bislang vor allem die Damen angenehm fanden? Der Absatz von Männerpflegeserien steigt weltweit nach Angaben der Kosmetikindustrie an. Etwa 700 Millionen Euro sollen allein deutsche Männer im Jahr durchschnittlich für Kosmetik ausgeben. Und sie greifen besonders gern zu teuren Cremes und Wässerchen.

Vorbild sind die männlichen Stars. Sie demonstrieren, dass Augenbrauenzupfen und Maniküre nicht schaden können. Starfußballer David Beckham trägt seine enthaarte Brust zur Schau – und plötzlich trennen sich immer öfter Männer von ihren mehr oder weniger üppigen

Kringellöckchen auf der Vorderseite. Die auf dem Rücken sind ohnehin längst verpönt.

Nur wer gepflegt aussieht, der hat Erfolg. Und dafür darf die weibliche Seite im Mann ruhig ein wenig gestreichelt und massiert werden. Mitte der 90er Jahre tauchte erstmals der Begriff «Metrosexualität» auf. Er meint, dass manche Männer ihre Verhaltensweisen mehr und mehr Frauen und homosexuellen Männern angleichen würden.

Einer wie der Münchner Klaus Höfler (42) würde sich nicht als metrosexuell bezeichnen. Dennoch findet er es beachtlich, dass homosexuelle Männer in punkto Schönheit um einiges weiter sind, weil sie viel mehr auf ihren Körper achten, ihn pflegen -und sich dafür nicht schämen.

Denn Schwellenangst kennt Höfler ganz gut - «weil die Frauen schon belustigt schauen, wenn man in einen Schönheitssalon kommt». Der diskrete Eingang zum Media-Spa, dem neuen Münchner Wellnesstempel ist ihm da sehr viel lieber. Und zunächst hat er auch nur einem «ausgewähltem Kreis» von seiner ersten Erfahrung mit den pflegenden Händen dort berichtet. Doch Höfler, Inhaber einer Werbeagentur und Vater zweier Töchter, ist sich sicher: Bald wird das Thema völlig normal sein. «Im Job ist doch das Aussehen wichtig. Und auch die Frauen fordern das von uns immer mehr ein.»

Tun sie das wirklich? Freilich, einen Kerl mit Haaren in der Nase oder strähnigen Locken küsst keine gern. Wer sich nicht pflegt, geht vielleicht auch mit dem Partner nicht gut um, so der Verdacht. Und ausgefranste Fingernägel und verhornte Fersen sollten der Vergangenheit angehören. Aber stattdessen gleich das volle Kosmetikprogramm buchen? Wollen Frauen denn, dass die Männer ihnen immer ähnlicher werden – verführerisch duftend, hübsch frisiert und frisch gepeelt? Frauen wollen vor allem ein Gegenüber, an dem sie sich reiben können, notfalls auch an stoppeligen Wangen. Da spielt es eine geringe Rolle, ob die zuvor ausgiebig mit Anti-Aging-Creme massiert wurden.

Spa-Betreiberin Tünde Hartweg aber ist fest überzeugt, dass Männer erst zur Höchstform auflaufen, wenn sie geknetet, gestrafft, gezupft und gekremt wieder von der weißen Polsterliege auferstehen. «Früher gingen die Menschen in die Kirchen, um sich wohl und gut zu fühlen, heute besuchen sie ein Spa», plaudert Hartweg.

Der Wellness-Tempel als Ort der Heilsbringung? Das klingt vermessen - und irgendwie auch ein wenig albern. Denn letztlich wollen auch die Männer-Spas, von denen sicher bald mehr eröffnen, vor allem eines: Geld am neuen Trend verdienen, der zwischen Sahnemaske und Sandelholzpeeling den ganz großen Erfolg verspricht.

Martina Hildebrand

12.7.2008 0:00 MEZ

© MAGAZIN AM WOCHENENDE

