

BEAUTY TO GO

SCHÖNHEITSDIENSTLEISTER sind unsere neuen besten Freunde. Und dringen in immer intimere Zonen vor

Die moderne Mittagspause geht so: Während des schnellen Facials die Maniküre, Augenbrauen zupfen, beim abschließenden Soja-Latte noch schnell das Haar geföhnt, 45 Minuten, fertig. Viel Service in kurzer Zeit, und genau dahin entwickelt sich das Interesse einer größer werdenden Kundschaft. Die Kosmetikerin reiht sich ein zwischen dem Schuster, der ein Riemchen-Kunstwerk repariert und nicht fragt, ob das ein Schuh sein soll, und der Perle aus der chemischen Reinigung, die ein Kostüm im Notfall per Kurier sonstwohin bringen lässt. „Professionelle Pflege ist zur Normalität geworden“, sagt Annika Farin, Geschäftsführerin des Farins Beauty Spas in Hamburg. „In den USA ist das lange bekannt, diese Kultur zieht jetzt in Deutschland ein. Wir haben Kunden, die schnelle Dienstleistung wollen. Meistens Frauen zwischen 30 und 50, erfolgreich im Job.“ Bei ihr bucht man das Facial als „Espresso“-Behandlung (52 €), auf Wunsch auch um 7 Uhr morgens oder nach 22 Uhr, oder das Abo für zwölf Monate Maniküre (500 €).

Die Kosmetikerin ist eine Vertraute auf Zeit, die das letzte Härchen der Bikinizone ihrer Kundin kennt, sie hat es schließlich selbst entfernt; es herrscht eine Intimität zwischen zwei Menschen, die auf einer Party vielleicht nicht über drei Minuten Small Talk hinwegkämen. Alles eine Frage der Gewohnheit. Gelegenheit dazu gibt es immer mehr, wenn sich Salonketten wie „Wax in the City“ oder „Senzera Bodylicious Waxing“ in deutschen Städten ausbreiten wie Starbucks und ein Bikini-Waxing für zehn Euro ohne vorherige Terminabsprache anbieten. Rund 43 000 Beautybetriebe verbuchte die Handwerkskammer in Berlin 2007 bundesweit, zehn Jahre zuvor waren es nur halb so viele. „Der Markt teilt sich“, sagt Annika Farin. „Es wird mehr und mehr dieser Ketten ge-



Abschied von Nagel-Necessaire, Kaltwaxstreifen und Privatsphäre: Die Basis der Körperpflege wird in professionelle Hände gegeben, der Spa-Besuch ist Routine, kein Luxus

ben, wo alles preiswerter ist, und dann den High-End-Bereich. Jeder, der dazwischen liegt, wird es in Zukunft schwer haben.“ „Monis Nagelstudio“ war also gestern. Heute geht man ins „Nail-Spa“ und bestellt für sich und seine Freundinnen die „Manicure Party“ oder das „Waxing Get-Together“ – Arbeit am Körper und am sozialen Netzwerk. Und da der Schönheitsanspruch inzwischen kein rein weibliches Thema mehr ist, hat in München gerade das „MediaSpa“ eröffnet – nur für ihn.

Kristine Bilkau

MEIN WUNDERBARER BEAUTYSALON

Wo gibt's die besten Waxing-Studios, Day-Spas und Quick-Fixes? Adressen in Deutschland, höchstpersönlich von unseren Experten aus Mode, Kosmetik und Lifestyle empfohlen, finden Sie auf www.parkavenue.de