

14.06.2008 12:25 Uhr

Schönheitspflege

Mann, bist Du schön!

Gepflegtes Äußeres ist keine Kaprice mehr für einen echten Kerl – sondern Karrierebedingung. Vermutlich hat Deutschland deshalb jetzt seinen ersten Herren-Spa. Die Frauen sind schuld. Carla Bruni zum Beispiel.
Von Jochen Tensch



Kosmetik-Behandlungen für Männer erfahren derzeit einen Boom.
Foto: iStockphoto

Seit das ehemalige Fotomodel an der Seite des 13 Jahre älteren französischen Staatspräsidenten Nicolas Sarkozy lebt, legt dieser laut Klatschreportern gesteigerten Wert auf ein frisches Äußeres. In seinem zurückliegenden Wahlkampf hat er angeblich Kosmetikkosten in fünfstelliger Euro-Höhe geltend gemacht.

Britische Tageszeitungen berichten nun sogar von einem „Sarkozy-Syndrom“: Darunter verstehen Schönheitschirurgen einen Gemütszustand, in den reife Männer mit jüngeren Partnerinnen verfallen, wenn sie in den Spiegel schauen.

Laut einer aktuellen Studie der britischen Medizinforschungsgruppe Haley lassen sich immer mehr Herren ab 40 die Anzeichen des Alterns wegschnipseln oder -spritzen.

Offen für die femininen Seiten

Diese Entwicklung nach Sarkozy zu benennen, ist allerdings etwas unfair. Denn im Gegensatz etwa zu Italiens Medienherrscher Silvio Berlusconi hat sich Télépräsident Sarkozy nie aus ästhetischen Gründen operieren lassen. Außerdem haben die Briten selbst das Urbild des eitlen Mannes schlechthin vorzuweisen: ihren Fußballstar David Beckham. Der demonstriert seit Jahren, dass man sich mit Ohrringen und Haarreifen aufhübschen und trotzdem ein ganzer Kerl sein kann.

Die Kosmetikindustrie freut sich über solche Trendsetter. „Metrosexuelle“ werden sie seit Mitte der Neunzigerjahre genannt – Männer, die nichtschwul sind, aber offen zu ihren femininen Seiten stehen und diese mit speziellen Produkten kultivieren.

Bildstrecke Wenn Männer hungern müssen



Männer am Rande des Schminkeopfs

Gemeint sind dabei nicht etwa frauliches Make-up, Nagellack oder Lippenstift, wie sie zum Beispiel der französische Modeschöpfer Jean Paul Gaultier mit einer eigenen Schminkkollektion für Herren propagiert. Vielmehr geht es um Themen wie Brustrasur oder Cremes für Gesicht und Hände.

Der ursprünglich konsumkritisch verwendete Begriff des Metrosexuellen jedenfalls wurde von Werbern und Lifestyle-Magazinen vereinnahmt und lange Zeit sah es so aus, als wäre außer der Medienhype darum nicht viel dran. Doch dieses Frühjahr häuften sich wieder Meldungen über Männer am Rande des Schminktops.

In München hat vor wenigen Wochen Deutschlands erstes Schönheits-Institut nur für Männer, das Media- Spa, auf großzügigen 350 Quadratmetern eröffnet. Im gediegen durchgestylten Holz-, Leder- und Metallambiente sollen gestresste Entscheider ihre Gesichtszüge nach harten Arbeitseinsätzen entspannen. Zig verschiedene Pflegeprozeduren von der Maniküre übers Gesichtspeeling bis zur ayurvedischen Ganzkörpermassage stehen zur Auswahl.

Wellness ist in aller Munde

Der Inhaber des Spas, Malte Hartweg, glaubt, dass Männer ihre natürliche Scheu vor solchen Anwendungen verlieren, wenn sie unter sich sind. Der Erfinder der amerikanischen Produktlinie „American Crew“, David Raccuglia, erkannte das Prinzip schon Anfang der Neunzigerjahre. Getreu dem Motto „Männer müssen wie Männer behandelt werden“ designte er Herren-Frisörsalons im Stil alter Barbershops - und machte ein Vermögen mit eigens für Männer produzierten Shampoos und Pomaden.

Auch Malte Hartweg glaubt an den Erfolg: „Alle reden von Pflege und Wellness, also muss es auch eine Nachfrage geben“, sagt er. Weitere Filialen etwa in Berlin und Hamburg sind bereits in Planung. Im Berliner Kaufhaus Galeries Lafayette wirbt bereits ein Konkurrent mit Beauty-Behandlungen mitten in der Herrenabteilung. Geschenkgutscheine kurbeln das Geschäft bereits kräftig an, gekauft von den Lebenspartnerinnen.

So zeigt sich allerdings auch im Männer- Spa: Ohne Frauen geht nichts.

[Artikel drucken](#) | [Fenster schließen](#)