

Mann, bist du schön!

Wellnesstempel auf Männerfang

Körperpeelings, Gesichtsbearbeitungen, Rückenmassagen, Dampfbäder: Vorbei die Zeiten, in denen Wellness mit Weiblichkeit gleichgesetzt wurde. Immer mehr Männer nutzen die speziell auf sie abgestimmten Schönheitsprogramme der zahlreichen Wellnesstempel, „Day Spas“ genannt.





Gesichtsmassage



Mann und Natur im Einklang

www.a-rosa.de



Erholung in der Sauna

www.a-rosa.de



Kopfmassage

www.lafayette-berlin.de

„Jeder moderne Mann sollte heutzutage darauf achten, gepflegt zu sein.“ Erol Sander

Von Jörg Oberwittler

Nach Angaben des Deutschen Wellness Verbandes ist bereits jeder siebte Kunde in Schönheitsinstituten ein Mann. Hotels verzeichnen sogar einen Männeranteil von bis zu 30 Prozent. Vorreiter sind dabei vor allem Geschäftsleute im Alter zwischen 35 und 50. Gerade in der Business-Welt kommt es mehr und mehr auf das Äußere an: gepflegte Haut, saubere Nägel, gezupfte Augenbrauen.

Reduzierte Dekoration in Erdtönen statt rosa Behandlungsräume

Die Erwartungen der Zielgruppe unterscheiden sich jedoch enorm vom bisherigen Ambiente in Schönheitssalons. Rosa Behandlungsräume mit viel ChiChi, stundenlangen Sitzungen und Kosmetikprogrammen wie „Kuschelbehandlung für Ihn“ oder „Schönheitstag für den Herren“ lösen beim Mann eher Fluchtgedanken als Entspannung aus. Männer bevorzugen, laut Deutschem Wellness Verband, kurze Behandlungen, eine neutrale Einrichtung mit klaren Formen und reduzierten Dekorationen in Erdtönen. Bereits der Sprachcode in der Broschüre sollte maskulin sein: „Schnell“, „effizient“ und „erfrischend“ statt „zart“, „weich“, und „gegen Fältchen“. Sylvia Glückert, Einrichtungsberaterin für Schönheitsinstitute, weiß: „Während sich bei größeren Day Spas bereits

vieles gewandelt hat, tun sich kleine Salons noch schwer. Bei den Kosmetikerinnen hat sich die Hälfte noch nicht umgestellt. Viele wollen auch keine männlichen Kunden, weil sie alleine arbeiten.“

Nicht nur Cremetigel und Gesichtswasser

Während reine „Male Spas“ jedoch in Deutschland noch die Ausnahme bilden, haben sie sich in Großbritannien und in den USA längst etabliert. Hier feiern sogar Männerdomänen wie der Barbier, die Lounge mit Poolbillard oder der Raucherraum mit Zigarrenqualm ihre Wiederauferstehung. Auch prominente Männer, allen voran der Schauspieler und Kunde der ersten Stunde im Münchner MediaSpa Erol Sander, bekennen sich mittlerweile zu Wellness. Beflügelt vom Wellnessboom im anglo-amerikanischen Raum hat Peter Schilling, der als Sänger Hits wie „Major Tom – völlig losgelöst“ landete, ein Schönheitsbuch speziell für Männer geschrieben. Unter dem Titel „Lust-Faktor Wellness“ fasst er sein Wohlfühl-Management zusammen. „Ich pflege mich immer samstags vor der Sportschau“, sagt der bekennende Gesichtsmasken-Fan. Erst Joggen, dann Sauna („Das öffnet die Poren.“) und anschließend Gesichtspflege mit Peeling, Maske und Creme. Längst sei der Schönheitssalon nicht mehr nur den Homosexuellen und Jüngeren

vorbehalten, meint der 52-Jährige. Nach der Buchveröffentlichung hätten ihm viele Freunde gestanden: „Ganz ehrlich, ich mach’ das auch.“ Der Grund liegt für Schilling auf der Hand. Wellness, das sei nicht nur Cremetiegel und Gesichtswasser, sondern ein komplettes System aus Sport und Verwöhnen, das den Alltag für einen Moment entschleunigt und die Gesundheit fördert.

„Es werden sich bestimmt noch mehr Male Spas, vor allem in den größeren Städten bilden“, prophezeit Beraterin Sylvia Glückert. Genügend Potential sei vorhanden. Die Parfümindustrie macht’s vor: Ständen in Parfümerien vor Jahren nur vereinzelt Männerprodukte in den Regalen, haben sich mittlerweile ganze Etagen auf die neuen Kunden eingestellt. Kein Wunder: Verzeichnen doch die Pflegeserien für Männer inzwischen Zuwächse im zweistelligen Bereich. ■



Auch **Erol Sander**, Schauspieler und Ex-Model, ist bekennender Wellness-Fan. Eitelkeit sollte nicht nur Frauen vorbehalten sein, lautet seine Devise. Gerade nach anstrengenden Dreharbeiten sehnt sich der 39-Jährige nach Entspannung, die er unter anderem in der Sauna findet.

BUCHTIPP



Peter Schilling
Lust-Faktor Wellness
Das Wohlfühl-Management für den Mann
Orell Füssli Verlag,
Zürich 2005
ca. 200 Seiten
ISBN 3-280-05140-1
€ 19.80