

# Figaros haarige Probleme: Dauer-Wellen ohne Dauerwelle

Frisurdesigner rügt die Industrie: Geeignete Produkte und Techniken fehlen

Franz-Josef Küveler hat eine Vision, wie das Haar der Frauen in diesem Jahr aussehen soll: Bewegt soll es wirken, mit großen Wellen oder Locken. Das ist einer der Trends, den der Art Director beim Zentralverband des Deutschen Friseurhandwerks und sein Team für 2010 sehen. Richtig angesagt seien solche Frisuren bereits, schwärmt Küveler, der in Sachen Haarmode zu den tonangebenden Experten zählt. Doch mit der Idee kommen die Probleme. Denn nach Küvelers Ansicht mangelt es an geeigneten Mitteln und Techniken, um die perfekte Welle dauerhaft auf den Köpfen zu erhalten. Er sieht deshalb die Industrie gefordert. „Im Moment ist nicht genug Power dahinter“, kritisiert der Friseurmeister aus Mendig. Die Industrie will das nicht auf sich sitzen lassen.

Beim Drehen neuer Wellen setzt Küveler derzeit vor allem auf das Locken- und das Glätteisen, die „Nummer eins am Markt“. Problem dabei: „Wir erhalten damit eine einmalige Bewegung, die beim nächsten Waschen wieder weg ist.“ Das

dämpft den Kosten-Nutzen-Effekt für die Kundin. Zwar



Deshalb müsse etwas her, was das Wogen länger als drei Monate konserviere, fordert er. Er denkt dabei sowohl an Chemie als auch an bestimmte Wickeltechniken. Bestätigt sieht er sich beim Blick ins Fernsehen. Mindestens die Hälfte der

Hilfe von Wärme umformten, doch das wirke nur bis zum nächsten Waschen. „Das ist ja das Schizophrene“, ärgert er sich. „Die Friseure wollen Locken haben, Bewegung haben, der Kunde oder die Kundin möchte das haben, aber im Endeffekt wird es nicht dauerhaft gemacht.“ Nach seiner Einschätzung setzt die Industrie aus finanziellen Gründen vor allem weiter auf das Thema Farbe, das noch nicht zu 100 Prozent ausgeschöpft sei.

Die traditionelle Dauerwelle, die in den 80er und 90er Jahren zuhauf Frauen- und auch Männerköpfe schmückte, ist aus Küvelers Sicht keine Alternative zur Welle. Nur drei bis vier Prozent der Kunden wollten sie, schätzt er. Viele dächten beim Thema Dauerwelle noch an die berühmten Miniplies der 80er. „Da haben viele Angst vor.“ Und außerdem gebe es eine neue Generation von Frisuren, die mit einer anderen Mode aufgewachsen sei und mitunter selbst ein Problem mit der Dauerwelle habe – und diese auch nie einer Kundin empfehlen würden.

Unterstützung für seine Forderung nach neuen Mitteln fin-

den könne man mit Hilfe von Chemie auch länger haltende Wellen schaffen, doch die würden entweder vom Eigengewicht der Haare herausgezogen oder seien bald herausgewachsen.

dort gezeigten Frauen hätten Wellen. „Die können nicht alle von Natur aus diese bewegten Haare haben, die müssen also nachhelfen.“ Sie setzen auf Produkte, die das Haar mit



Möchte Frauen auf Dauer locken: Franz-Josef Küveler orientiert sich an den internationalen Laufsteg-Looks. Fotos: tmn/pr

det Küveler in der Praxis. Mit der herkömmlichen Dauerwellenmethode sei es nicht möglich, den Haaren Bewegung zu geben, wie sie die Stars auf dem Laufsteg hätten, bestätigt Anika Mohrdieck vom Hair-Art-Studio in Mainz. Man nehme das Glätteisen oder föhne die Wellen rein, was aber nicht dauerhaft halte. Helfen könnten vielleicht Wickel mit größerem Durchmesser – „damit man diese großen Locken dauerhaft hinbekommt“.

Beim Konsumgüterhersteller P&G Salon Professional/Wella in Darmstadt – nach eigenen Angaben Marktführer beim Friseur im deutschsprachigen Raum – stößt Küvelers Klage auf Unverständnis. Zwar werde bei bewegtem Haar, das neben anderen Trends „ein Riesenthema“ sei, vieles nicht dauerhaft gemacht, bestätigt die für Deutschland zuständige Spre-

cherin Carola Wacker-Meister. Grund sei möglicherweise aber, dass es „vielleicht nicht permanent sein soll“. Denn eine Frau mit langem Haar wolle dies vielleicht mal lockig und mal glatt tragen – „das ist einfach der Wunsch nach Veränderung“. Wer sein Haar aber für länger verändern wolle, für den habe das Unternehmen „alles zur Hand“. Wenn gewünscht, halte das Produkt auch, „bis es rauswächst“.

Sie glaube auch „eher nicht“, dass Welle und Locke die gleiche Rolle spielen werden wie das Färben. Eine GfK-Studie im Auftrag ihres Unternehmens habe vor zwei Jahren gezeigt, dass in Deutschland 71 Prozent der Frauen im Alter zwischen 14 und 65 Jahren ihre Haarfarbe veränderten. „Farbe ist das Thema auf deutschen Köpfen“, ist sie sich sicher. (tmn)

## Trendig

### Tunika passt eigentlich immer

Die Tunika ist im Sommer ein Dauerbrenner. „Sie hat tolle Trageeigenschaften: Sie wirkt immer frisch und sommerlich und bringt oft etwas Exotik oder Glamour ins Outfit“, meint die Stilberaterin Silke Gerloff aus Frankfurt. Bei hohen Temperaturen ist sie mit ihrem dünnen Material das ideale Oberteil – und dennoch „angezogen“. Daher passt sie nicht nur in den Urlaub oder an den Strand, sondern mit einem Blazer darüber und einem Top darunter auch in „nicht allzu konservative Büros“.

Längere Tuniken in der nach unten allmählich weiter werdenden „A-Linie“ verdecken Pölsterchen am Bauch oder der Hüfte. Breite Schultern werden in einer Tunika ebenso kaschiert. Enden sollte das Kleidungsstück „nicht gerade an der stärksten Stelle wie Hüfte oder Oberschenkel – das betont dort nur“, rät Gerloff. Die Hose sollte eher schmal sein: Leggings und Röhren-Jeans passen gut dazu. (tmn)

### Oberhemd zum Geschäftsanzug

Zum Anzug tragen Männer im Beruf ein Oberhemd. „T-Shirt geht bei Geschäftsterminen gar nicht“, tadelt Lis Droste, Etikette-Expertin aus Frankfurt. „Ein Polohemd ist allenfalls am Casual Friday in Ordnung. In jedem Fall gilt die Regel, dass der Hals nicht mit dem Jackett in Berührung kommen darf.“ Das sei im Übrigen nicht nur eine Frage des Stils, sondern auch der Hygiene. Wann das Jackett ausgezogen und aufgehängt werden darf, gibt bei Konferenzen und anderen offiziellen Veranstaltungen der Chef vor. (tmn)

## Nicht nur für alte Knaben

### Rotwein-Kosmetik

Von Irene Schröder

Rotwein ist für alte Knaben“, empfiehlt schon Wilhelm Busch – aber nicht nur reifere Herren schätzen bekanntlich Geschmack und Wirkung ausgereifter Tropfen. Rotwein – oder vielmehr seine Trauben – steckt nämlich voller Wirkstoffe für die Schönheit, und das beruht keineswegs auf der Weichzeichner-Optik, die Weingenuß beim Betrachter auslösen kann.

Dass Traubenkerne und -schalen sich medizinisch und kosmetisch einsetzen lassen, wussten bereits die alten Ägypter und mittelalterliche Heilkundige wie Hildegard von Bingen, doch in der modernen Kosmetik waren Wein und Reben bisher eher Randerscheinungen. „In Frankreich und in Österreich gibt es jeweils ein größeres Unternehmen, das sich auf Produkte und Behandlungen in Verbindung mit Wein spezialisiert hat, in Deutschland bisher keines“, berichtet Irmgard Sanwald. Diese Lücke hat die Kosmetikerin und Winzerfrau nun nach siebenjähriger Forschungs- und Entwicklungsarbeit geschlossen: In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Weininstitut und handverlesenen Meistern ihres Fachs aus der Region entstand „SanVino“, eine ganzheitlich ausgerichtete Produkt- und Behandlungsreihe, deren Hauptbestandteile kaltgepresstes Traubenkernöl, Extrakte aus Hohenloher Rotwein („wächst fünf Minuten von hier“) und Traubenkernmehl sind. Wichtigster Wirkstoff, verrät Irmgard



Die wichtigsten Grundstoffe Wein, Traubenkerne, Öl und Mehl stammen aus der Region.

Fotos: pr

Sanwald, sei die bioaktive Substanz „oligomeres Procyandin“ (OPC), ein „Kollagenvitamin“ mit hohem Schutz- und Antiagingfaktoren. „OPC gilt als stärkstes derzeit bekanntes Antioxydant, 18 Mal stärker als Vitamin C und 50 Mal stärker als Vitamin E“, beruft sich Sanwald auf einen Pionier der OPC-Forschung, Professor Jack Masquelier.

„Ich wollte eigentlich immer nur was ganz einfaches“, stellt die Schwäbin bescheiden fest. Als sie 1992 die Schönheitsfarm im Wald- und Schlosshotel Friedrichsruhe übernahm, war ihr klar, dass „Algen und allerlei Chi Chi“ einfach nicht zum idyllischen Refugium mitten im Hohenloher Land passen. Während damals gerade in den Hotel-Spas auf den Glanz großer Kosmetiknamen gesetzt wurde, suchte sie nach einer authentischen Methode mit



Irmgard Sanwald.

Bezug zur Region und kam auf den Wein – woran ihr Mann natürlich nicht ganz unerschuldig war. Irmgard Sanwald begann zu recherchieren, testete, verwarf, forschte weiter und fand engagierte Mitstreiter wie einen Seifensieder, in dessen Manufaktur die reinen Rohstoffe aus den Traubenkernen von Hand verarbeitet werden, und einen Ölmüller für das kaltgepresste Öl, das zum Beispiel für Massagen und Körperbalsungen verwendet wird.

Die Produktpalette in betont schlichter Aufmachung reicht derzeit von der Peeling-Seife über die Crememaske bis zur Augenpflege, eine spezielle Produktpalette für Männer kommt demnächst auf den Markt. Auch bei den Behandlungen wird auf Apparate und „Show“ verzichtet – Seifenbürstenmassage oder eine Packung mit erwärmten Trauben-

kernsäckchen gehen im wahren Sinne des Wortes unter die Haut, für deren professionelle Pflege Irmgard Sanwald ein Ausbildungskonzept für Kosmetikerinnen erarbeitet hat.

Wieso eigentlich nur Rotwein und nicht Riesling? „In den Kernen ist kaum Unterschied“, erklärt die Weinkosmetikerin, „aber Rotwein reift auf der Maische, die Schalen enthalten daher viel mehr Wirkstoffe und Enzyme.“ Ins Schwärmen gerät sie aus kulinarischer Sicht auch über das Traubenkernmehl, das nach der Pressung des Traubenkernöls aus dem „Presskuchen“ gewonnen wird: „Optimal zum Backen mit einem tollen nussigen Geschmack“, glutenfrei und mit hohem Ballaststoffgehalt, genau passend in ein Wein-Wellness-Konzept – nicht nur für „alte Knaben“.

♦ www.sanvino.de