

Macht die Kerle blau ...

... die KerlInnen sind schon rosa genug. Okay. Das ist weder korrekt gegendert noch politically correct und nicht mal ein Aufruf zum Alkoholmissbrauch. Es ist nur ein Tipp, um mehr Beauty-Produkte an den Mann zu bringen. Aber der Reihe nach.



Ja. Männer interessieren sich für Kosmetik. Genau genommen interessieren sich sogar mehr Männer mehr für Kosmetik als früher. Jeder zweite Mann ist Beauty-Produkten gegenüber aufgeschlossen.

Beim Kauf hapert's allerdings. Warum? Vor allem weil in Drogerien und Parfümerien alles auf das starke Geschlecht ausgerichtet ist: die Frauen.

Männer fühlen sich am Parfüm-&Co.-POS etwa so wohl wie ein Eisbär in der Sauna. Auch wenn sie es nicht direkt zugeben. Wenn ForscherInnen bei männlichen Beauty-KundInnen – Pardon, Beauty-Kunden – tiefer graben, kommt heraus, wie Mann die Kosmetikwelt im Drogeriemarkt wirklich empfindet: alles zu feminin hier. Alles zu rosa. Die m/w/u-Produktpalette: 98 Prozent weiblich, zu jeweils ein Prozent männlich und unisex. Gefühlte Wahrheit, nicht erforschte. Und natürlich ein kleines bisschen übertrieben. Fakt ist: Mancher Mann ergreift lieber die Flucht nach vorn – in den Cremetiegel seiner Frau oder Freundin –, als sich der feindlichen Umgebung des Kosmetikregals zu stellen. Wie soll man sich auch in der Beauty-Abteilung auskennen, wenn Mann dort nicht über Jahre sozialisiert wurde?

Wir wollen nicht so radikal sein und die Gleichberechtigung im Beauty-Bereich fordern. Aber Frauen gehören nun mal in die Küche und Männer in die Kosmetikabteilung. Wenn sie es wollen. Wenn ihr der Hälfte der Männer (s.o.) etwas verkaufen wollt, ihr HerstellerInnen und HändlerInnen, dann müsst ihr wirklich etwas ändern. Mit ein bisschen Kosmetik ist es nicht getan.

TEXT: ALEXANDRA VON CUKROWICZ, BONSAI RESEARCH / ELKE LÖW, LÖWKOMM