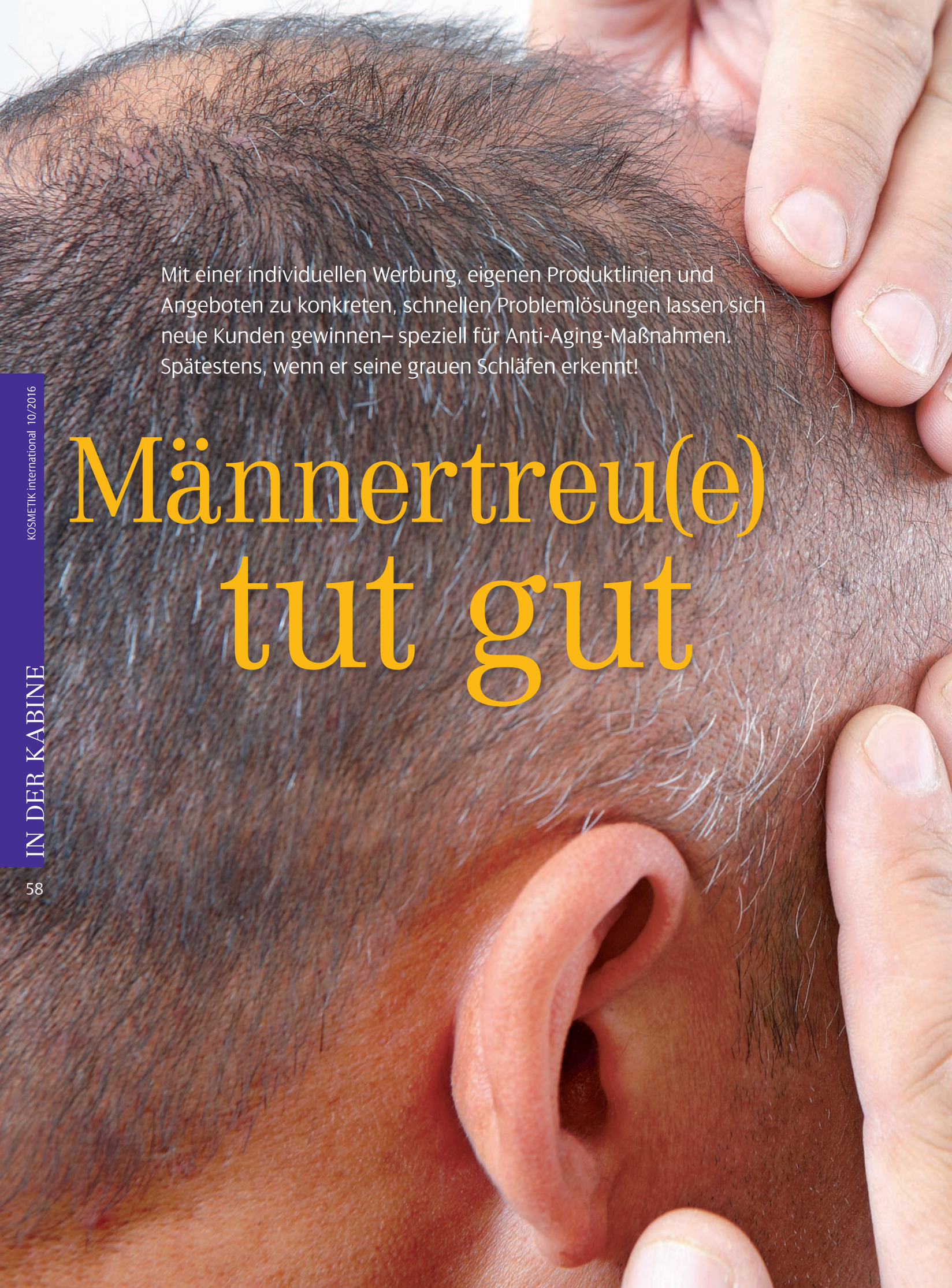
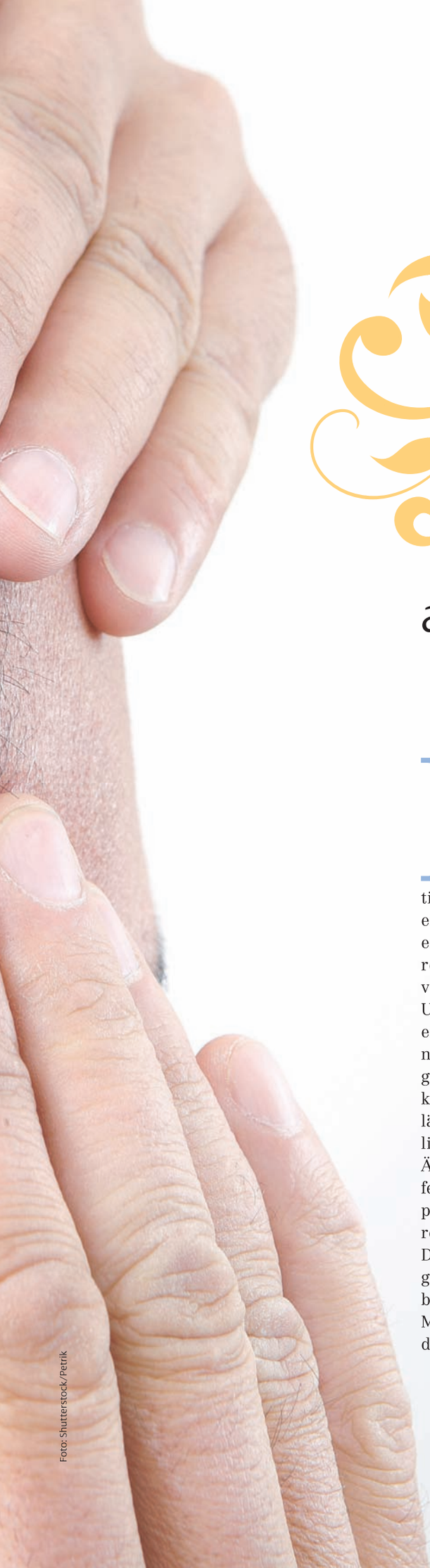
KOSMETIK international 10/2016



Mit einer individuellen Werbung, eigenen Produktlinien und Angeboten zu konkreten, schnellen Problemlösungen lassen sich neue Kunden gewinnen– speziell für Anti-Aging-Maßnahmen. Spätestens, wenn er seine grauen Schläfen erkennt!

Männertreu(e) tut gut





Autorin

INGRID BREYER
ist Kosmetikerin und Heilpraktikerin. Sie war viele Jahre lang in leitenden Positionen in der Kosmetikbranche tätig. Seit 2002 berät sie Institute und Spas zu den Themen Konzeptfindung, Vertrieb, Marketing und Verkauf. Außerdem ist sie als Autorin tätig.

KONTAKT
ingrid.breyer@i-m-breyer.de

Anti-Aging für Männer als ausgewiesene Dienstleistung

Der Kunde „Mann“ hat, egal in welcher Altersklasse, im Prinzip längst seinen Platz im Kosmetikinstitut gefunden. Jüngere Männer besuchen das Kosmetikinstitut meist, um Hautunreinheiten, eingewachsene Barthaare und Pusteln entfernen zu lassen. Für Kunden mittleren Alters gehört der Institutsbesuch vielfach zum modernen Lifestyle dazu. Und sie wissen nur zu gut, wie wichtig ein gepflegtes Aussehen ist – und dies nicht nur, um dem anderen Geschlecht zu gefallen, sondern auch um im Job anzukommen. In Personalgesprächen zählt längst nicht mehr nur die fachliche Qualifikation, sondern auch ein gepflegtes Äußeres. Kosmetische Pflege, Haarentfernung am Körper, das Färben der Wimpern und Spezialpflege beim Mann gehören daher ins Programm eines Institutes. Die Kosmetikerin, die Männer als Zielgruppe für ihr Institut definiert hat und bereit ist, ein konsequentes Konzept für Männer in der Praxis zu realisieren, wird damit auch Erfolg haben.

Das Behandlungsangebot im Institut sollte in jedem Fall die unterschiedlichen Pflegebedürfnisse und Hauttypen berücksichtigen. Dabei sollten die Anforderungen, die der Mann zweifelsohne an kosmetische Behandlungen stellt, nicht alle in einer Kurzbehandlung und einer Feuchtigkeitsbehandlung abgehandelt werden. Gefragt ist vielmehr ein übergeordnetes Konzept mit einer Reihe von sinnvollen Behandlungen, die je nach Thema und Zeitbudget einzeln oder hintereinander bzw. auch gleichzeitig vorgenommen werden können.

Mehr Aufmerksamkeit für „Ihn“

Das Thema Anti-Aging, der Hauptumsatzbringer bei Kundinnen, stößt bei männlicher Kundschaft auf genausogroßes Interesse: Meist sind Männer jeden Alters eitel und achten auf ihr Aussehen und ihre Haut. Auch sie wollen sich eine faltenfreie Haut bewahren und solange wie möglich jugendlich erscheinen. Verfolgt man aufmerksam Berichte über Kunden/Patienten plastischer Chirurgie, intensiverer kosmetisch-medizinischer Eingriffe wie z. B. Faltenunterspritzungen oder dauerhafter Haarentfernungen, so erkennt man, dass der Anteil der Männer in solchen Praxen stetig wächst, ohne ▶

Foto: Shutterstock/Petrik



Mit diesen Maßnahmen überzeugen Sie Männer von Ihrer Kompetenz

Das sollte eine Anti-Aging-Behandlung für den Mann beinhalten:

- *Die Tiefenreinigung, gerne in Form einer apparativen Bürstenreinigung, ist für die meist großporige männliche Haut gut geeignet.*
- *Ein gezieltes gründliches Peeling, ebenfalls apparativ, für die Hautpartien außerhalb des Rasurbereichs. Hier ist die Haut häufig empfindlicher und reagiert leichter mit Rötungen und Reizungen. Im Falle einer täglichen Rasur ist im Bartbereich ein Peeling selten erforderlich.*
- *Die Korrektur der Augenbrauen (Zupfen, Fadentechnik oder Schneiden) sowie auch das Entfernen der Haare in der Nase und den Ohren gehören bei jeder kosmetischen Behandlung zwingend dazu. Gerade bei den etwas älteren Männern wirken diese Haare optisch bisweilen doch sehr störend.*
- *Das Entfernen von Komedonen, die selbst bei älteren Herren noch vorhanden sein können. Der Grund sind größere Poren und die höhere Talgproduktion (als bei Frauen), ebenso wie die selten so sorgfältig durchgeführte Reinigung in der täglichen Heimpflege.*
- *Der Einsatz eines nicht oder wenig ölhaltigen Wirkstoffkonzentrates, welches mittels Iontophorese oder auch Ultraschall eingeschleust werden kann.*
- *Eine Spezialpflege für die Augenpartie, weil sich hier auch beim Mann gerne die ersten Zeichen des Alters in Form von feinen Fältchen bemerkbar machen.*
- *Die Anti-Aging-Massage im Gesicht darf nicht zu kurz kommen und sollte den meist verspannten Nacken- und Schulterbereich mit einschließen.*
- *Eine intensiv pflegende Maske*
- *Zum Abschluss die leichte, nicht fettende Tagespflege, die durchaus auch getönt sein darf. Letzteres sollte aber unbedingt vorher mit dem Kunden geklärt werden, damit der Kunde nicht das Gefühl bekommt, überrumpelt worden zu sein.*

dass dem noch größere Beachtung gezollt wird. Bei dieser Zielgruppe könnte die Kosmetikerin ansetzen. Ein kaufkräftiger, angenehmer und treuer Kundenkreis wartet förmlich darauf, mehr Aufmerksamkeit zu bekommen.

Besonders das Angebot von Pre-Aging und Anti-Aging, ausgerichtet auf eine männliche Klientel, ist tatsächlich noch zu wenig im Angebot der Institute vorhanden oder wird zumindest nicht ausreichend ausgelobt. Es reicht nicht aus zu vermerken, dass alle angebotenen Anti-Aging-Behandlungen auch für Männer geeignet sind. Der Mann will auf der Internetseite, im Prospekt, der Werbung, im Institut und auch der Preisliste direkt – mit Bildern und männlich formulierten Aussagen – angesprochen werden, weil er darin die Fachkompetenz des Institutes zu dem Thema zu erkennen glaubt. Damen würden ja auch eher nicht zu einem reinen Herrenfriseur gehen, der dann erst auf Nachfrage erklärt, dass er auch (!) ihnen die Haare schneidet und stylt. Die Investition, männliche Kunden separat und gleichwertig in der Werbung auf Anti-Falten und Anti-Aging anzusprechen, lohnt sich. Die Haut des Mannes altert erfahrungsgemäß später – bedingt durch hormonelle Einflüsse, eine höhere Fettproduktion und Festigkeit. Daher glaubt der Mann lange, sich nicht so konsequent und aufwendig pflegen zu müssen – und schlägt den Weg zur Kosmetikerin vielfach erst ein, wenn die ersten Zeichen der Hautalterung schon sichtbar sind. Es ist also gerade das Thema Falten, trockene, spannende und eventuell schuppige Haut, das den Auslöser gibt. Und hier sollte die Werbung für diese Zielgruppe ansetzen.

Schnelle Effekte mit Apparaten

Diese direkte Ansprache der Männer ist jedoch komplex. Männer interessieren sich für Wirkung, Ergebnisse und klar formulierte Aussagen, z. B. was von der Behandlung oder dem Produkt konkret zu erwarten ist und warum er gerade diese Anwendung buchen soll. Die einzelnen Behandlungsschritte und Details sind meist nicht so von Interesse. Er vertraut der Kosmetikerin, wenn diese vorab nach einer Hautdiagnose ihre Empfehlung klar ausspricht. Kurmäßige Anwendungen sind eher nicht so beliebt.

Im Sortiment, sowohl im Verkauf als auch für die Behandlung in der Kabine, werden Pflegeprodukte für den Herrn benötigt, abgestimmt auf die unterschiedlichen Hauttexturen und Hauttypen. Auch der Duft ist anders als der bei der Pflege für Damen. Es sollte unbedingt ein eigenes Sortiment vorhanden sein – und nicht nur eine Palette einiger, weniger Produkte. Gerade in der Anti-Aging-Behandlung für Männer darf daher gerne auch moderne Technik zum Einsatz kommen, weil hier die sofortige Wirkung im Vordergrund steht. Mit der Mikrodermabrasion werden bei der männlichen Haut, die ja etwas dicker ist als die weibliche, gute Ergebnisse erzielt. Das Microneedling, das Einschleusen von Wirkstoffen mittels Iontophorese und auch Ultraschallanwendungen sprechen den männlichen Kundenkreis an und sollten je nach Hautbild in keiner Anti-Aging-Behandlung fehlen. Hier zählen einzig Resultate. Dabei darf ruhig zwischen Anwendungen mit sichtbarer Wirkung und reiner Entspannung unterschieden werden. Für beides ist Bedarf vorhanden.

Gerade während der kosmetischen Behandlung von Männern sollten keine inaktiven Pausen entstehen. Die Zeit während einer möglichen Bedampfung oder der Einwirkzeit der Maske sollte die Kosmetikerin für eine Hand-/Arm-Massage, eine Maniküre, eine Pediküre oder eine Massage am Nacken oder/und Kopf nutzen. Diese Zusatzanwendungen dürfen gerne von Behandlung zu Behandlung wechseln, die meisten Männer mögen Abwechslung.

Günstig ist es, wenn der zeitliche Rahmen und somit die Auswahl an Behandlungsschritten variabel ist. Nur wenige Männer wollen zu einer Gesichtsbehandlung kommen, die länger als ein bis eineinhalb Stunden dauert. Eine Lösung hierfür sind unterschiedlich lange Behandlungs-Module, die je nach Bedarf und Zeitbudget variiert und kombiniert werden können. Gerade der männliche Kundenkreis ist offen für die Anti-Aging-Pflege. Vielleicht werden seine Bedürfnisse durch ein entsprechendes Angebot ja überhaupt erst geweckt – und somit ein neuer Kundenkreis aufgebaut.

Foto: Shutterstock/WEExp