

Schminken und schminken lassen

Nicht nur Stars profitieren von Tricks von Visagisten. Ein persönliches Styling gibt es auch im Warenhaus. Aber zu welchen Bedingungen?

VON CAROLINE BRÄNDLI

Schönheit wird in den Warenhäusern längst nicht mehr nur mit Plakaten und hübschen, aber verschlossenen Töpfchen verkauft. Hinter den üppig mit Lippenstiften, Lidschatten und Rouges bestückten Tresen stehen immer öfter nicht einfach «nur» Detailhandelsfachfrauen, sondern so genannte Make-up Artists. Also ausgebildete Visagistinnen, die den Kundinnen nicht nur mit Rat, sondern auch mit Tat zur Seite stehen. Folgendes muss man wissen, damit diese Beratungsgespräche zu einem entspannten Einkaufserlebnis werden.

Geschminkt vom Profi

Die Beratungen laufen bei den meisten Marken, die einen solchen Service anbieten, ähnlich ab: Die Kundin bekommt an einem vorher vereinbarten Termin ein komplettes Make-up gezeigt. Also Foundation sowie einen Look für Lippen und Augen. Die verwendeten Produkte und angewandten Techniken werden in einem so genannten «Facechart» eingetragen. Auf dieser Skizze kann die Kundin später ablesen, welches Produkt wo und wie verwendet wurde. Die Sitzungen dauern etwa dreissig bis sechzig Minuten. Je nach Firma werden sie an ausgewählten Tagen im Jahr angeboten, beispielsweise wenn ein neuer Look im Laden angekommen ist, oft sind die Termine aber auch übers ganze Jahr buchbar.

Willkommen ist man auch ohne persönliche Einladung. Eine Voranmeldung ist jedoch von Vorteil. Auf welche Pflichten sollte sich die Kundin aber sonst noch einstellen?

Wie viel muss ich kaufen?

An vielen Stellen ist der Service kostenlos. Aber genau das macht vielen Kundinnen etwas Bauchweh. Sie befürchten, dass sie zum Kauf von Produkten verpflichtet werden, die sie eigentlich gar nicht wollen, geschweige denn brauchen. Denn wo gibt es heutzutage noch etwas gratis?

Eine einheitliche Regelung gibt es unter den voneinander unabhängigen Anbietern verständlicherweise nicht. Kurz-Beratungen wie das Auftragen ei-



Visagisten schminken nicht nur Stars – auch im Warenhaus kann man die Dienste der Schönheitsprofis nutzen.

GETTY

nes Rouges oder Lippenstiftes sind überall kostenlos. Setzt sich eine Kundin aber für eine längere Beratung auf den Schminkstuhl, muss sie mit bestimmten Verpflichtungen rechnen. Bei den einen bedeutet das den Kauf einer bestimmten Zahl von Produkten, bei den anderen der Kauf eines Warengutscheins.

«Bei uns ist die Beratung ganz einfach Teil der Philosophie, und niemand ist zu einem Kauf verpflichtet», sagt Edith

Gratwohl, Education Manager bei Bobbi Brown. Die Kosmetikfirma gehört zu den ersten, die den Service in den Schweizer Warenhäusern und Parfümerien angeboten haben. Einen Kaufzwang gibt es nicht. «Wir setzen auf die Qualität unserer Produkte und die Begeisterungsfähigkeit unserer Mitarbeiterinnen», so Gratwohl. «Wir möchten unseren Kundinnen zudem etwas Spass und Erholung bieten.»

Dass man bei keinem der Anbieter von Luft und Liebe lebt und schlussendlich auch Produkte verkauft werden sollen, dürfte allen Beteiligten klar sein. Der bei uns noch nicht ganz so bekannte Service gleicht also der Beratung im Kleidergeschäft: Wenn die Verkäuferin gut arbeitet, nimmt die Kundin auch ein Stück oder zwei mehr. Und Kleider probiert man schliesslich auch lieber, bevor man sie kauft.

Kein Verkaufsdruck?

Dass die Beratung gratis angeboten wird, hat für die entsprechenden Firmen aber auch ihren Preis. Im Warenhausalltag können Kundinnen, die immer wieder zu Sitzungen auftauchen und dann doch nichts kaufen, zu einer Nervenprobe für die Visagisten werden. «Das war manchmal schon anstrengend», verrät eine ehemalige Make-up-Artistin, die schon hinter den Thresen verschiedener Marken gestanden hat. «Es gab Mittwochnachmittage und Samstage, an denen man Teenager um Teenager schminkte und trotzdem nichts verkaufte», erzählt sie. Und schlussendlich würde Ende Monat – bei aller Liebe zum Service – halt doch auf den Umsatz geschaut.

Das Ganze kann aber abgesehen von einem mehr oder weniger expliziten Verkaufsdruck auch auf einer persönlichen Ebene mühsam sein: «Wenn eine Kundin nichts kauft, nachdem ich mir 45 Minuten lang Mühe gegeben habe, erlebe ich das halt auch als Bewertung meiner Arbeit.» Alles in allem gehöre das halt auch zum Job.

So stimmt das Resultat

Ein gewisses Kaufinteresse hat also auch etwas mit Respekt gegenüber den Visagisten und ihrer Arbeit zu tun. Was man aber auf keinen Fall machen sollte, ist aus einem falschen Verpflichtungsgefühl heraus ein Produkt kaufen, das einem nicht gefällt. Was aber kann man tun, damit man einen Look gezeigt bekommt, der wirklich zu einem passt und der einem gefällt?

«Als Erstes ist es wichtig, der Visagistin genau zu sagen, was man sich für einen Look vorstellt», so Edith Gratwohl. «Die gesamte Beratung soll ein Dialog sein. Die Kundin beobachtet jeden Schritt im Handspiegel. Schliesslich soll sie den Look zu Hause auch selber schminken können.»

Das richtige Timing

Ein weiterer guter Tipp, damit man möglichst viel von der Beratung hat, ist, den Zeitpunkt geschickt auszuwählen. Mittags und samstags ist oft sehr viel los, und die Make-up-Artisten können sich weniger Zeit nehmen, weil nebenbei noch Kunden bedient werden müssen. Besser eignen sich Nachmittage Anfang Woche, wenn eher weniger Laufkundschaft da ist.

Dann freuen sich viele Make-up-Artisten sogar doppelt über die Beratungstermine: Sie können ihre Kreativität und Leidenschaft ausleben, und – an einem langen Tag im Warenhaus bisweilen kein unwichtiger Punkt – die Zeit geht schneller vorbei. Ausserdem können Passantinnen beobachten, wie viel eine gut gemachte Beratung an einer anderen Person ausmachen kann, und bekommen selber Lust, sich mal auf den Schminkstuhl zu setzen.

HINWEIS

► Bobbi-Brown-Produkte sind in der Zentralschweiz im Globus Luzern sowie in der Parfümerie Oswald in Zug erhältlich. ◀

Warum spritzen, wenn man auch cremen kann?

Die Effekte von Botox, aber ganz ohne Nadelstiche. Was steckt hinter diesem schönen Versprechen?

Wer hätte gedacht, dass Frauen und Männer einmal Schlange stehen würden, um sich ein Nervengift ins Gesicht spritzen zu lassen? Aber das muskeltenspannende Botulinum-Toxin, besser bekannt unter seinem Handelsnamen

Botox, stellt mit seiner Effektivität einen Meilenstein in der Faltenbehandlung dar. Nun macht die Firma Access Health Care jenen Hoffnung, die es nicht über sich bringen, ihren Falten mit der Nadel zu Leibe zu rücken: Die Creme Botarin soll dank einzigartiger Wirkstoffkombination schon nach wenigen Wochen Falten deutlich glätten. Aber wie schätzt Dermatologin Bettina Schlagenhaff, Mitglied der Swiss Group of Esthetic Dermatology and Skin Care (SGEDS), die Creme ein, die von den Vertreibern als die «wirksamste Anti-Aging-Pflege auf dem Kosmetikmarkt» propagiert wird?

Realistisch bleiben

Bettina Schlagenhaff vom Dermatocenter in Küsnacht warnt davor, in einer Creme wie Botarin ein kosmeti-

ches Wundermittel zu sehen. «Argireline, so heisst einer der Hauptwirkstoffe in Botarin, soll gemäss Hersteller am Muskel einen ähnlichen Effekt haben wie Botox», so die Dermatologin. «Das Problem dabei ist nicht die eigentliche Wirksamkeit des Stoffes, sondern ob er durch die Creme überhaupt durch alle Hautschichten bis zum Muskel gelangen kann.» Das wiederum konnte laut Schlagenhaff noch von keiner Creme in einer wissenschaftlichen Studie bewiesen werden.



Botarin ist als Serum, Tages-, Nacht- und Augencreme erhältlich. PD

«Da muss die Forschung noch eine Weile dran arbeiten.»

Die Dermatologin stellt aber auch klar, dass man Botarin wegen dieser Zweifel nicht voreilig als unwirksam oder gar als schlechtes Produkt abtun sollte. «Gerade an der seitlichen Augenpartie, wo die Haut sehr dünn ist, sind entspannende Effekte vielleicht denkbar.» Stutzig macht sie als Dermatologin eher das etwas übertriebene Wirkversprechen aus der Werbung. «Da wäre meiner Ansicht nach weniger oft mehr.» Bettina Schlagenhaff betont aber auch, dass eine

gute Hautpflege immer eine positive Wirkung auf das Erscheinungsbild von Falten habe. Und zwar unabhängig davon, ob eine Muskelentspannung stattfindet oder nicht. «Dass Botarin die Hautstruktur etwas verbessert, halte ich in Hinblick auf die Inhaltsstoffe für durchaus möglich», sagt die Fachfrau. Dass es ein Ersatz für Botox sei, sei dagegen unwahrscheinlich. Ob einen eine Creme überzeugt, wisse man nun mal erst, wenn man sie ausprobiert habe. «Und wenn man daran denkt, was die Werbung bisweilen verspricht, kann man nur noch hoffen, dass die Haut vor lauter Verjüngung nicht mit einer Pubertäts-Akne reagiert», scherzt die Dermatologin.

CAROLINE BRÄNDLI

HINWEIS

► Botarin ist in Apotheken, bei einigen Ärzten und in ausgewählten Kosmetikstudios erhältlich. Die Preise liegen zwischen 70 und 145 Franken. ◀