

# Männer

## **Männer, die sich pflegen, sind anderen überlegen!**

In der Kosmetik steigt der Anteil an männlichen Kunden. Zurzeit sind es etwa fünf bis zehn Prozent. Männer sind allerdings anders zu bedienen als Frauen, sie sind meist technisch interessiert, denken und handeln ergebnisorientiert und gehen die Dinge rational an. Gleichzeitig nehmen die Vertreter des starken Geschlechts oft ungern Hilfe an. Deshalb ist ein gezielter Umgang mit dieser Spezies wichtig.

Ein Beispiel aus dem Alltag, das den Unterschied der weiblichen und männlichen Empfindungen und Verhaltensweisen gut verdeutlicht: Einkaufen gehen – ihre Freude, seine Qual! Frauen finden einkaufen gehen erfrischend und entspannend, ganz gleich ob sie etwas kaufen oder nicht.

Diese Art des Einkaufens führt beim Mann nach spätestens zwanzig Minuten zu einem Kurzschluss im Gehirn. Damit ein Mann das Einkaufen als befriedigend empfinden kann, muss das Ganze einen Sinn haben, ein Ziel und einen Zeitrahmen. Das Herrenmagazin Kicker stellte sich dazu die Frage, „Was macht den Mann eigentlich aus“? Ist es raue Schale – weicher Kern? Wenn dem so ist, gibt es mittlerweile eine Reihe von Möglichkeiten, die Schale geschmeidiger werden zu lassen. Herrenkosmetik heißt das Zauberwort.

Wo einige die Nase rümpfen und an ihre Haut nur Wasser und Seife lassen, nutzen immer mehr aufgeschlossene „neue“ Männer die von der Kosmetikbranche angebotenen Produkte. Über ein Drittel der Männer sehen in einem gepflegten Aussehen die Voraussetzung für beruflichen Erfolg.

Ihre Haut ist ca. 20 Prozent dicker als die der Frauen und die Talgabsonderung etwa doppelt so hoch! Sie bevorzugen leichte Texturen, mit schnell sichtbarer Wirkung und nach Möglichkeit im Spender. Die Persönlichkeit eines Mannes beeinflusst erheblich seine Erwartungshaltung an ein Produkt. Einerseits hängt sie natürlich von seinem Hauttyp ab, andererseits davon, wie er sich selbst sieht und empfindet. Je nach ihrem Verhalten - ob und warum sie sich parfümieren oder pflegen – lassen sich Männer generell in vier Kategorien von Duft - und Pflegeverwendern einteilen:

