

Im Osten viel Schönes

Die koreanische Beauty-Industrie setzt ganz neue Trends – mit Eselsmilch und Schneckenschleim.

VON KATRIN ROTH

Ausgelöst wurde der Hype von zwei Buchstaben: BB. Mit der BB-Cream begann im Westen der Siegeszug von koreanischer Kosmetik, kurz K-Beauty genannt. Der Name steht für «Blemish and Balm», und gemeint ist eine pflegende und schützende Tagescreme mit Anti-Aging-Effekt, die wie ein Make-up abdeckt. Ursprünglich von einer deutschen Hautärztin entwickelt, fand die Cream über Korea ihren Weg in unsere Badezimmer. Das war 2011, seither gilt Korea als wichtigster Impulsgeber in der westlichen Beauty-Branche.

Was viele nicht wissen: Im Gegensatz zu anderen Trends handelt es sich bei dieser Entwicklung nicht um eine Bewegung aus dem Untergrund gegen den Mainstream. Sondern um eine Taktik der südkoreanischen Regierung, die nach der grossen Wirtschaftskrise ganz gezielt auf den Export von Kulturgütern setzte: Zuerst durch die Produktion synchronisierter Fernseh-Serien, mit denen der koreanische Lifestyle den Nachbarländern nähergebracht werden sollte, und kurz darauf durch die Förderung von K-Pop, der es unter anderem dank Hits wie «Gangnam Style» des Künstlers Psy zu internationaler Bekanntheit brachte. «Die boomende Präsenz und das Erleben der koreanischen Popkultur haben eine Vorliebe auch für andere koreanische Produkte und Lebensstile ausgelöst und so zu einem Verkaufsanstieg dieser Produkte im Ausland geführt», heisst es auf korea.net über die erfolgreiche Strategie der Regierung, von der neben der Film- und der Musikindustrie mittlerweile auch die Computerspielbranche, die Mode sowie eben das Kosmetik-Business profitieren.

«Ein echter Glücksfall»

«Vor drei bis vier Jahren entdeckte der Westen die ersten koreanischen Beauty-Produkte», bestätigt Niklaus Müller, Beauty-Chef des Magazins «Annabelle». Für ihn handelt es sich bei dem Trend um einen echten Glücksfall: Die koreanischen Marken und deren Produkte hätten die gesamte Kosmetikindustrie «wachgeküsst». «Witzige Ideen, neue Verpackungen, neue Formulierungen und unkonventionelle Ideen gaben der Branche den Kick, den sie gebraucht hat.»

Tatsächlich lassen sich die grossen Brands wie Estée Lauder, Chanel oder Yves Saint Laurent bei der Entwicklung neuer Produkte je länger, je mehr von fernöstlichen Beauty-Bestsellern inspirieren, zu denen unter anderem das sogenannte Cushion Make-up gehört: Eine Art Schwammkissen - cushion bedeutet so viel wie Polster oder Kissen -, das flüssiges Make-up enthält und dank eines speziellen Applikators besonders einfach aufzutragen und auch praktisch für unterwegs ist. So hat etwa das französische Beautylabel Lancôme seit vergangenem Jahr ein solches Produkt im Sortiment.

Ähnlich beliebt sind die Sheet-Masks, die aus einem mit hochkonzentrierten Wirkstoffen getränkten Tuch aus Naturfasern bestehen und für rund eine Viertelstunde auf das Gesicht gelegt werden. Das sieht wäh-



Schönheitsideal: Die westlichen Labels gucken bei der Entwicklung neuer Beauty-Produkte je länger, je mehr bei den koreanischen Kollegen ab. HO

rend der Anwendung zwar etwas, sagen wir mal: furchterregend-gewöhnungsbedürftig aus, dafür winkt nach der Einwirkzeit ein sichtbar verbessertes Hautbild. Die Inhaltsstoffe können dank der Fixierung durch das Vlies besonders schnell und tief eindringen.

Nüchterne Kopien

Von beiden Produkten gibt es abgesehen vom Lancôme-Schwamm diverse auf den westlichen Markt adaptierte Varianten. Dabei unterscheiden sich die Kopien der internationalen Kosmetik-Multis aber nicht nur durch das meist sehr nüchterne Verpackungsdesign von den betont niedlich ge-

stalteten Originalen aus Korea, sondern auch in der Formulierung der Wirkstoffe. Was insofern auf der Hand liegt, als viele in Korea beliebte Kosmetik-Inhaltsstoffe in unserem Verständnis doch eher ungewöhnlich sind: Eselsmilch zum Beispiel oder Schneckenschleim-Extrakt, der wegen seiner feuchtigkeitsspendenden Wirkung in vielen koreanischen Anti-Aging-Produkten vorkommt.

Ähnlich exotisch wie gewisse Inhaltsstoffe muten die Pflegegewohnheiten der Asiatinnen an, die - zwei Mal pro Tag, versteht sich - bis zu zehn Produkte verwenden, angefangen von Reinigungsöl und -schaum über Lo-

tionen, Essenzen, Ampullen, Masken bis hin zum Sonnenschutz. «In Korea dreht sich seit Jahren alles um einen perfekten Teint. Aus dem Grund hat jede Neuerscheinung im Beauty-Sektor direkt oder indirekt eine strahlende, pralle und jugendliche Haut zum Ziel», erklären Sarah Lee und Christine Wang von der auf K-Beauty spezialisierten Onlineboutique glowrecipe.com. Aktuell seien multifunktionale Produkte wie Aqua-Peelings zur Glättung und Befeuchtung der obersten Hautschichten sowie gepresste Seren mit Tiefenwirkung und gleichzeitigem Soforteffekt der neuste Trend in Korea. Und damit wohl bald auch bei uns.

Sternstunden für die Löwin

Meistens gucken sie verdutzt. Schlucken ein, zwei Mal leer und sagen mit ungläubigem Ton in der Stimme: «Du hast ja eine richtige Löwenmähne.» So die Reaktion der Leute, wenn sie mich mit natürlicher Haarpracht sehen. Das kommt selten vor: Seit Jahren glätte ich die Haare mit dem Streckeisen. Ich habe meine Gründe. Als Kind trug ich die schönsten Locken auf dem Kopf, wie ein Engel sah das aus. Dann kam die Pubertät, und aus dem Engel wurde eine Löwin. Die Locken waren weg, die neuen Wellen standen in alle Richtungen ab. Und als ob ich damals nicht schon genug Probleme gehabt hätte, wurden sie struppig und strohig. Wie Gras in der Savanne zur Trockenzeit. Das ist lange her, meine Haare rebellieren immer noch. Das Streckeisen ist die einzige Möglichkeit, sie in Form zu bringen.



Bitte schön!

Rahel Koerfgen



Bettwäsche der Schweizer Designerin Carmen Boog, bei zigzagzurich.com. HO

Nur bin ich es leid, so viel Zeit ins Styling zu investieren. Auf die Menopause warten mag ich nicht, erstens gibt es keine Garantie dafür, dass sich die Haare dann beruhigen, und zweitens dauert das noch eine halbe Ewigkeit. Selbstredend habe ich schon zig Öle getestet, die meine Mähne bändigen sollen. Doch viele beschwerten das Haar und lassen es fettig aussehen. Der neue **Silky Soft Oil Spray von Björn Axen** (52 Franken, bei Jelmoli, Globus und Manor) kann es besser: Nach dem Waschen aufgesprüht und gut verteilt, schützt es das Haar und hinterlässt ein seidig glattes Gefühl; der Komplex aus Beeren und Blüten bündigt krause Mähnen, so das Versprechen. Nun, das Spray vollbringt keine Wunder, meine Haare sind immer noch voluminös, aber weicher, weniger spröde und nicht mehr

so störrisch. Damit lassen sich schöne Locken formen, die mich an meine Kindstage erinnern. Damals lebte ich in Afrika. Für immer in die Erinnerung gebrannt haben sich die Safaris - Zebras, Elefanten und Löwen in freier Wildbahn und nicht hinter meterhohem Zolli-Zaun. Und ich liebte es, länger aufbleiben zu dürfen, um die vielen tausend Sterne in der pechschwarzen Savannen-Nacht zu bewundern. Wann ich wieder Zeit finde, nach Afrika zu reisen, weiss ich nicht. Bis es so weit ist, tröstet mich die **Bettwäsche der Luzerner Designerin Carmen Boog, Schlaf mit Sternen** (ab 149 Franken, bei zigzagzurich.com). Das ist Bio-Baumwolle, die sich noch weicher anfühlt als meine Haare - Sternstunden garantiert. Löwinnen müssen auch mal zur Ruhe kommen.