

Hände her, Männer!

Nagelpflege ist längst keine reine Frauensache mehr. Immer mehr Männer erkennen, dass gepflegte Hände nicht nur **ästhetisch ansprechend** sind, sondern auch einen entscheidenden Beitrag zu ihrem persönlichen Wohlbefinden leisten.



Jenseits von Klischees und Stereotypen erfasst der Trend zur Nagelpflege die Männerwelt. Sie lassen sich nicht nur die Nägel kürzen und in Form bringen, sondern auch lackieren. Dabei sind lackierte Fingernägel nicht zwangsläufig Ausdruck für eine queere Lebenseinstellung oder Gender Bending. Manche Männer finden lackierte Nägel einfach schön. Andere spielen gerne mit **Geschlechterklischees** und möchten diese mit ihren farbigen Fingernägeln aufbrechen. Doch trotz des rasanten Anstiegs dieses Trends sind viele Nagelstudios und Kosmetikinstitute noch nicht auf die Bedürfnisse männlicher Kunden eingestellt. Wie können sie diese Lücke schließen?

Perfekt gefeilt

Die gute Nachricht vorab: Im direkten Vergleich zur Frauen-Maniküre gibt es bei Männern keinen Unterschied im Behandlungsablauf. Beide Geschlechter verdienen die gleiche qualitativ hochwertige Pflege und Aufmerksamkeit. Allerdings gilt es Nuancen zu beachten. So haben einige Männer Fingernägel, die von Natur aus dicker sind. Dies erfordert den Einsatz einer kräftigeren Feile, um die Nägel zu kürzen und in Form zu bringen. Hier einige Tipps, wie Sie die perfekte Feile für Ihre männlichen Kunden auswählen können:

- Bei **robusten Nägeln** sollten Sie zu Sandblattfeilen mit hoher Körnung (150/180 Grit) greifen. Sie ermöglichen es, die Nägel effizient zu kürzen und zu formen.
- Für **normale Nägel** ist eine mittlere Kör-

nung (240 Grit) ideal. Diese sorgt für eine gleichmäßige Form und ein glattes Finish.

➤ Für **weiche Nägel** sollten Sandblattfeilen mit niedriger Körnung (300 Grit) verwendet werden. Sie sind schonend und verhindern, dass die Nägel brüchig werden.

Überzeugungsarbeit leisten

Doch es sind nicht nur die Werkzeuge, die sich unterscheiden. Auch die Wahl der Pflegeprodukte spielt eine entscheidende Rolle. Grundsätzlich sollten Sie offen sein für Gespräche über die Präferenzen Ihrer Kunden, so z. B. für die Wahl eines Serums, einer Creme oder anderer **Pflegeprodukte**. Genauso sollten Sie in der Lage sein, Überzeugungsarbeit zu leisten, wenn dies im besten Interesse des Kunden liegt. Trägt ein bestimmtes Produkt nachweislich dazu bei, den Zustand der Nägel und der Nagelhaut zu verbessern oder zu stabilisieren, sollte der Profi die Verantwortung übernehmen und dieses Produkt empfehlen, unabhängig von den ursprünglichen Vorlieben des Kunden.

Männer bevorzugen oft Produkte mit natürlichen Duftstoffen. Stark riechende und synthetische Düfte sind weniger beliebt. Ein weiterer Unterschied zu Frauen ist, dass Männer in der Regel nur Produkte kaufen, wenn sie diese wirklich benötigen. Sie möchten nicht mit einer Vielzahl überflutet werden, sondern suchen nach einem qualitativ hochwertigen Produkt, das ihren Bedürfnissen entspricht. Hier steht Qualität über dem Preis.

Wenn sich Männer für lackierte Nägel entscheiden, sollten Sie beachten, dass **Gellacke** oft nicht die beste Wahl sind. Denn für viele ist es wichtig, dass sie die Farbe selbstständig entfernen können. Um diesem Bedürfnis gerecht zu werden, sollten Nagelstudios und Institute das Lackieren mit herkömmlichem Nagellack anbieten.

Ein Blick auf die Motivationen hinter dem Buchen einer Maniküre offenbart die unterschiedlichen Bedürfnisse und Erwartungen der männlichen Kunden. Einige haben konkrete Probleme wie trockene Nagelhaut oder möchten das **Nagelbeißen** loswerden. Für andere ist der Besuch eines Studios schlichtweg eine Frage des Komforts. Viele möchten nicht selbst Hand an ihre Nägel legen aus Zeitmangel oder Schwierigkeiten mit der Haptik oder dem Sehen. Interessanterweise gibt es viele Menschen, die nie wirklich gelernt haben, wie sie ihre Nägel richtig behandeln. Dies zeigt einmal mehr, wie wichtig die Aufklärungsarbeit der Nagelstudios ist.

In der Beauty-Branche taucht oft die Frage auf, ob **Marketingstrategien** für Männer

anders sein sollten als für Frauen. Die Antwort auf diese Frage ist klar und einfach: In einer Welt, die zunehmend von Vielfalt und Offenheit geprägt ist, liegt der Schlüssel darin, ob Beauty-Unternehmen sich gedanklich beschränken wollen oder bereit sind, neue Wege zu gehen. Diese Branche bietet Raum für alle – von schillernden Nagelstudios bis hin zu natürlichen Schönheitsbehandlungen. Es liegt an jedem einzelnen Unternehmen zu entscheiden, ob es eine **spezifische Zielgruppe** ansprechen möchte oder die Vielfalt aller Menschen feiern will.

Es gibt also keine falsche Entscheidung, wenn es darum geht, welches Klientel man ansprechen möchte. Entscheidend ist vielmehr, ob das Unternehmen wirklich hinter dieser Wahl steht und die innere Bereitschaft hat, diese Entscheidung konsequent umzusetzen. Es geht darum, authentisch zu sein und eine klare Botschaft zu senden: Jeder ist willkommen!

Vielfalt und Authentizität

Sobald diese Entscheidung getroffen ist, sollten Sie Ihre Website und Social-Media-Kanäle entsprechend anpassen, um die gewählte Zielgruppe anzusprechen. Ihre Online-Präsenz sollte die Vielfalt und Authentizität Ihres Unternehmens widerspiegeln. Das bedeutet, dass die **Inhalte und Bilder** auf der Website und in den sozialen Medien auf die Bedürfnisse und Vorlieben der ausgewählten Zielgruppe zugeschnitten sein sollten.

Die Männer-Maniküre ist ein aufstrebender Trend, der einen offenen Ansatz seitens der Nagelstudios und Kosmetik Institute erfordert. Indem Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden verstehen und erfüllen, können Sie einen Teil des wachsenden Marktes für sich erobern. Jetzt ist die Zeit, die Tür weit zu öffnen und allen Geschlechtern die Pflege zu bieten, die sie benötigen! ■

Immer die Uhr im Auge behalten!

Der Faktor Zeit ist für viele Männer von großer Bedeutung. Während Frauen gerne etwas plaudern und den Termin zur Nagelpflege als Auszeit vom Alltag genießen, ist es für Männer immens wichtig,

dass die Behandlung innerhalb des zuvor zugesagten Zeitrahmens abgeschlossen wird. Dies erfordert ein effektives Zeitmanagement und eine klare Strukturierung des Behandlungsablaufs.



Janine Marongiu

eröffnete 1998 in Nürnberg ein Nagelstudio, seit 2014 bietet sie dort unter dem Namen spitzengefühl ausschließlich Naturnagelpflege an. Auch eigene Pflegeprodukte und Tools hat sie im Portfolio, außerdem ist sie als Trainerin und Dozentin tätig.

➤ www.spitzengefuehl.de