

Make-up im Kinderzimmer

## Rote Lippen statt Babyface

**Junge Mädchen fangen immer früher an, sich zu schminken. Sie wollen aussehen wie Rihanna oder ein Youtube-Star. Eltern beunruhigt dieser Trend, von dem vor allem die Kosmetikindustrie profitiert.**

Von ANKE SCHIPP



© plainpicture/Cultura

Zwischen Zahnsperre und Make-up: Mädchen treffen sich mit ihren Freundinnen, bestellen Pizza und geben auf Google „Eyeliner für Anfänger“ ein.

Ihre erste Wimperntusche hat sich Pana Grigoroudi mit 14 Jahren gekauft. Für 2,75 Euro. Das war die billigste, die es im Drogeriemarkt gab. Als Nächstes kaufte sie sich Make-up, um ihre Pickel abzudecken, dann einen Nagellack, schließlich einen Eyeliner. Fast ihr ganzes Taschengeld ging dafür drauf. Bald traf sie sich fast jeden Nachmittag mit ihren Freundinnen zum gemeinsamen gegenseitigen Schminken. Ihre Eltern durften davon nichts wissen. Sie fanden das zu früh. Vor Schulbeginn schminkte Pana sich also heimlich, nach der Schule beseitigte sie auf dem Nachhauseweg die Spuren mit einem Abschminktuch, obwohl ihr größtes Horrorszenario damals war: ungeschminkt sein. „Das war unvorstellbar. Ohne Schminke fühlte ich mich absolut hässlich.“

Sich zu schminken - das war früher mal erwachsenen Frauen vorbehalten. Kinder schminkten sich zum Spaß, so wie sie sich verkleideten. Heute führen ungeschminkte Mütter endlose Diskussionen mit ihren Töchtern, die schon in der Grundschule lackierte Nägel, eingefärbten Lippenbalsam und Wimperntusche tragen wollen. Fast mehr als die Kleidung ist Schminken zum Markenzeichen der Adoleszenz geworden, ein nicht zu übersehender Vorbote der Pubertät, die bei Mädchen ohnehin immer früher einsetzt.

„Wenn Eltern es zuließen, würden Mädchen sich heute schon mit zwölf Jahren komplett schminken“, sagt **Ursula Haas, die in Frankfurt die „Make-up-Artist School“ leitet und einen Laden für Profi-Kosmetikartikel führt.** Dorthin kommen regelmäßig Mädchen, die wie Miley Cyrus oder Rihanna aussehen wollen. „Ich sage dann: Mit Schminke kann man vieles machen, aber nicht alles.“ Doch das perlt an den Mädchen ab. Haas hat es aufgegeben, sie darauf aufmerksam zu machen, dass das Make-up nicht zu ihrem Hautton passe. Oder der Puder ihre Haut trocken mache. Oder sie mit keinem Eyeliner der Welt wie Kim Kardashian aussehen würden. Die Mädchen wissen genau, was sie wollen. Und was sie nicht wollen. Zum Beispiel, dass ihnen Erwachsene reinreden.

Es sei denn, es ist Bibi.

### **Durch Schminktipp zum Youtube-Star**

„Hallo, meine Lieben!“ Die blonde junge Frau mit dem runden Gesicht und dem hellrosa Lippenstift winkt kurz in die Kamera. Dann plappert sie munter drauflos, als träfe sie gerade ihre beste Freundin auf dem Schulhof. Bibis Zielgruppe sind Mädchen, die zu Hause vor dem Computer sitzen und eigentlich ihre Hausaufgaben machen müssten. Aber natürlich finden sie es unterhaltsamer, Bibis Schminktipp auf Youtube zu verfolgen, als sich mit räumlicher Geometrie zu beschäftigen.



© dpa

Kim Kardashian: Viele junge Mädchen wollen aussehen wie sie und schminken sich entsprechend.

Sie nennen sich „Bibinators“ und schreiben Kommentare wie: „Bibi, ich hab dich ganz doll lieb.“ Oder: „Bibi, wo hast du nur den tollen Nagellack her.“ Bibi albert rum, Bibi schminkt sich, Bibi macht Flechtfrisuren, Bibi macht Frühstück, Bibi blödeln mit ihrem Freund. Dabei ist Bibi alles andere als glamourös. Sie ist Durchschnitt. Sie sitzt in ihrer kleinen Wohnung vorm Ikea-Regal und spielt die beste Freundin, die sich nur ein bisschen besser beim Schminken auskennt.

Bibi heißt eigentlich Bianca Heinicke, ist 22 Jahre alt und ist mit „BibisBeautyPalace“ Deutschlands erfolgreichster weiblicher Youtube-Star. Angefangen hat sie im Dezember 2012. Innerhalb eines Jahres gewann sie mehr als 200.000 Abonnenten, mittlerweile sind es mehr als 1,6 Millionen.

**Wer sich nicht schminkte, war uncool**

Das Vorbild für Pana Grigoroudi waren keine Youtube-Stars, sondern Schauspielerinnen wie Megan Fox. Weil die aber blaue Augen hat, zog Pana blaue Kontaktlinsen über ihre braunen Augen. Sie war 16 Jahre alt. Mittlerweile akzeptierten ihre Eltern das Schminken. Pana professionalisierte es Schritt für Schritt.

Am Wochenende traf sie sich mit ihren Freundinnen, sie bestellten Pizza und gaben auf Google „Schminken für Anfänger“ ein. Das Make-up trug sie nicht mehr mit der Hand auf, sondern mit einem speziellen Pinsel. Der Eyeliner wurde nicht mehr unter den Augen, sondern darüber aufgetragen, „weil dann die Augen größer wirkten“. Endlich kriegte sie es auch hin, den Eyeshadow so aufzutragen, dass er am inneren Lid hell und nach außen dunkler wurde. Schminken wurde für sie und ihre Freundinnen der liebste Zeitvertreib.

Wenn sie sich stundenlang zurechtgemacht hatten, als wollten sie auf eine Party gehen, aber das noch nicht durften, fotografierten sie sich und stellten die Fotos auf Facebook. Wenn in der Schule Referate anstanden und sie sich vor der Klasse präsentieren mussten, brauchten sie morgens schon mal eine dreiviertel Stunde, um ihren Auftritt vorzubereiten - nicht inhaltlich, sondern optisch. Wenn ein Klassenfoto gemacht werden sollte, gingen sie vorher einkaufen - neue Schminkprodukte, mit denen sie noch fotogener aussehen wollten. Schließlich zählten die Mädchen, die sich nicht schminkten, zu den „Lauchs“ - gleichbedeutend mit uncool, uninteressant und unterbelichtet.

### **Die Kosmetikbranche profitiert am meisten vom Schmink-Phänomen**

Was passiert, wenn 16 Jahre alte Mädchen sich wie Erwachsene schminken, kann man donnerstags bei „Germany’s Next Topmodel“ verfolgen. Aus den unbedarften Gesichtern, aus denen das Kindchenschema noch nicht ganz verschwunden ist, werden reife Frauen, die man auch für Ende zwanzig halten könnte. Spätestens wenn am Ende jeder Staffel die gleichaltrigen Freunde zu Besuch kommen und mit ihren pickeligen Babyfaces neben den angehenden Models stehen, ahnt man, dass es noch halbe Kinder sind, die für den Fotografen erotische Posen nachstellen.

Durch „Germany’s Next Topmodel“ ist auch der Beruf des Make-up-Artist in die Öffentlichkeit gerückt, sagt Ursula Haas. Ein Beruf, der bei jungen Mädchen immer mehr gefragt ist, nach dem Motto: Wenn ich schon nicht das Zeug zum Modeln habe, will ich wenigstens Models schminken. Aber die meisten Mädchen hätten vollkommen falsche Vorstellungen, sagt Haas. Sie glaubten, dass sie wie in der Castingshow von L.A. nach Singapore und weiter nach Australien jetten würden. Glamouröse Jobs in der Modewelt sind aber nur ein kleiner Teil der Aufträge.

Wer am meisten von dem Phänomen profitiert und es geschickt immer weiter anheizt, ist die Kosmetikbranche. Die sogenannte dekorative Kosmetik, zu der alle Produkte zählen, die schöner sowie bunter machen und nicht nur pflegen, ist eine der wichtigsten Umsatzträger in diesem Markt. Der Umsatz von dekorativer Kosmetik stieg zwischen den Jahren 2004 und 2014 in Deutschland insgesamt von etwa 1,15 Milliarden auf rund 1,56 Milliarden Euro an.

**Stylist Armin Morbach: „Das ist Spielerei.“**

Bianca „Bibi“ Heinicke hat mittlerweile ihr Studium der Sozialwissenschaften an den Nagel gehängt, um ganz für ihre Fangemeinde da zu sein. Und sich um das Business zu kümmern. Denn das gedeiht prächtig, dank des offenen oder verdeckten Product Placement. Wenn Bibi einen „I love extreme Volumen-Mascara“ in „BibisBeautyPalace“ zeigt, wollen ihn die Mädels auch haben. Und mindestens einen ihrer 63 Nagellacke, die sie jüngst zusammen mit ihren 13 Kajalstiften vorstellte. Das Video, in dem sie ihre Schminksammlung präsentiert, dauerte 6:53 Minuten und ist stinklangweilig. Aber nur aus der Perspektive eines Erwachsenen. Tatsächlich war es eines der am häufigsten aufgerufenen Videos. Ein Mädchen schreibt: „Finde das Video total interessant, habe es mir 15 Mal angesehen und bekomme trotzdem nicht genug.“

„Mädchen probieren sich in dem Alter aus, spielen mit ihren Reizen“, sagt Armin Morbach. Deutschlands bekanntester Stylist, der auch Juror in der ersten Staffel von „Germany’s Next Topmodel“ war, kennt das Geschäft seit mehr als zwanzig Jahren und bleibt gelassen, was das „Kinder-Schminken“ betrifft: „Die gehen halt in die Disko und tragen zum gelben Oberteil einen gelben Lidschatten. Das ist Spielerei.“

Tatsächlich seien die deutschen Frauen in Sachen Schminken eher zurückhaltend. „Sie wollen natürlich und rein aussehen, fast wie Jungfrauen“, sagt Morbach. Deshalb seien auch Models wie Toni Garrn gefragt, die einen frischen, reinen Look transportierten. Für das Verruchte sind die anderen zuständig, wie die Französin als klassische „Femme fatale“. Oder neuerdings die Frauen aus dem Nahen Osten, die mit ihrer ausdrucksstarken Schminke eher an den Kim-Kardashian-Style erinnern.

### **Männer wollen keine stark geschminkten Frauen**

Als Pana Grigoroudi 18 Jahre alt wurde, ging sie regelmäßig in einen „Douglas“-Shop, um sich schminken zu lassen. Sie verdiente ihr erstes eigenes Geld und konnte sich jetzt teure Schminke leisten. Sie kaufte sich Make-up von Armani für 50 Euro oder den Mascara von Chanel für 30 Euro. „Die Unterschiede hat man wirklich gemerkt“, sagt sie heute. Sie wusste, welche Eyeliner zu Smokey Eyes passt und wie man sich schminkt, dass es fast aussieht wie ungeschminkt.

Eltern, die fürchten, dass ihre Töchter durch das Schminken Schaden nehmen, können sich offenbar damit beruhigen, dass alles eine Phase ist. „Sobald sie älter werden“, sagt Morbach, sehe die Sache wieder anders aus. „Dann schminken die Frauen sich wieder weniger.“ Männer wollten zudem keine stark geschminkten Frauen, „jedenfalls wollen sie sie nicht heiraten“. Starkes Schminken signalisiere eine gewisse Bereitschaft und fordere den Mann auf: „Mach mich an!“ Das passt nicht zu einer Ehefrau.

Heute ist Pana Grigoroudi 23 Jahre, Erzieherin in einem Kindergarten und deutlich entspannter geworden, was das Thema Schminken betrifft. „Natürlich entwickelt man mit der Zeit ein stärkeres Selbstbewusstsein“, sagt sie. Während sie noch vor vier Jahren mit roten Lippen und Smokey Eyes in die Disko ging, liebt sie es jetzt dezenter: entweder rote Lippen oder Smokey Eyes. Ihr silberner Schminkkoffer, in dem Mascara, Eyeliner und Lidschatten sorgsam geordnet sind, ist aber immer noch ihr Heiligtum, das sie zu Hause abschließt, damit ihre Schwestern nicht heimlich darin herumkramen. Zur Arbeit geht sie mittlerweile ungeschminkt. Aber das war ein Prozess, der gedauert habe, sagt sie. Vielleicht ist sie aber auch einfach nur erwachsen geworden.