

Das Das Rapunzel-Prinzip

Haarverlängerungen sind der neue Hit im



© Prashant Panjjar

Locke, Locke, du musst wandern: Die Haare, die in indischen Tempeln geopfert werden, gehen auf Weltreise...

Frisiergeschäft. Wo aber kommen die Haare her? Der *stern* recherchierte an den Wurzeln eines weltweit boomenden Geschäfts.

Ein schneeweißer Cashmirepullover brachte David Gold auf die Idee: Wenn graue Ziegenwolle sich in weißes Cashmere verwandeln lässt, dann müssten auch Farbpigmente aus Haaren entfernt werden können. Der Geschäftsmann saß, frisch verliebt in eine Friseurin, in einem Londoner Pub und dachte über eine noch unerschlossene Geldquelle nach: künstliche Haarverlängerung. Damals, die 90er Jahre hatten gerade begonnen, galten Extensions, so der Fachbegriff, mit echtem Haar als etwas, das nur Transvestiten oder Hollywood-Stars machten. Gold dachte, so etwas müsse auch für normale Frauen möglich sein, die nicht die Geduld aufbringen, ihrem Haar beim Wachsen zuzuschauen. Für eine füllige Löwenmähne bis zum Po vergeht gern mal ein Jahrzehnt.

Ein neuer Mensch in drei Stunden

Seinen Erfolg verdankt er Kundinnen wie Natascha Ochsenknecht, der Frau des Schauspielers Uwe Ochsenknecht. An einem Mittwoch um 13 Uhr betritt Natascha mit sportlicher Kurzhaarfrisur den Münchner Friseursalon "Visage Hairdesign" von Renate Klingspor. Um 14 Uhr isst sie eine Folienkartoffel mit Salat, und um 16 Uhr präsentiert sie sich mit beeindruckender Mähne bis zur Taille. Ein neuer Mensch in drei Stunden. "Wir haben bald Hochzeitstag. Da soll Uwe mich so sehen, wie er mich vor 17 Jahren kennen gelernt hat."

Fünf Frisierstühle neben ihr sitzt die Schauspielerin Anja Kruse. Sie wird im August 50. "Ist doch albern, dass Frauen ab einem gewissen Alter keine langen Haare mehr tragen sollen", sagt sie, während Frau Klingspor 130 Extensions in 50 Zentimeter Länge an ihrem Haar befestigt. "Die ersten zwei Tage zieht es noch ein bisschen. Aber dann fühlt es sich an wie mein eigenes Haar", sagt Kruse weiter.

Die neue Haarpracht sitzt so fest, dass sie ziemlich viel aushält: Föhnen, Lockenwickler, Dauerwelle, sogar einen Sprung vom Zehn-Meter-Turm. Das hat seinen Preis: Je nach Anzahl und Länge der Strähnen kostet eine Verlängerung zwischen 400 und 1500 Euro.



© Bert Heinzlmeier

...um schließlich am Kopf von Frauen wie Anja Kruse zu schimmern. Die Aufnahmen zeigen die Schauspielerin vor (unten links) und nach der Echthaar-Verlängerung

Da das eigene Haar allerdings weiterhin wächst, hält die falsche Pracht höchstens sechs Monate. "Na und?", wirft Frau Ochsenknecht ein. "Mit einer neuen Frisur sieht jedes Outfit komplett anders aus. Da spare ich mir doch eine Menge neuer Klammotten."

Prinzessinnenlocken zur Märchenhochzeit

2005 ließen sich allein in Deutschland über 100.000 Frauen die Haare verlängern, 15 Prozent mehr als im Vorjahr. Dazu zählen allerdings auch die Haarverdichtungen, mit denen man Fülle in dünnes Haar mogeln kann. Victoria Beckhams Haare sind manchmal fast länger als sie selbst, Sharon Stones Kurzhaarfrisur wuchs über Nacht bis auf Brusthöhe, und Sarah Connor fand, dass zu einer Märchenhochzeit im Fernsehen die Prinzessinnenlocken eindeutig besser passen als ein Punkschnitt.

Weltmarktführer in Sachen Haarverlängerung ist Great Lengths von David Gold. Das Unternehmen liefert Haare in 35 Naturtönen und 15 "Crazy-Farben", von Pink bis Grün. Es ist ein weiter Weg, den die Haare nehmen, bis sie in München bei Renate Klingspor ankommen.

Haare opfern aus Dankbarkeit

Der Weg beginnt vor einem Gotteshaus im indischen Bundesstaat Karnataka. Tausende Pilger nähern sich langsamen Schrittes dem Manjunatha-Swamy-Tempel, unter ihnen die 26-jährige Ratha, die schon zwei Tage in überfüllten Bussen zugebracht hat. Hundert Meter vor dem Tempel steuert Ratha einen Frisiersalon an, in dem 68 Friseure hinter 68 Holzstühlen stehen. Ihre Kunden reden nicht über Wünsche für ihr Outfit, sie wissen: Hier wird jeder kahl geschoren. Frauen wie Ratha sind an diesen Ort gekommen, um ihr Haar zu opfern. Sie folgen einer jahrtausendealten Tradition der Hindus: Sie opfern ihr Haar - nicht damit sich ein Wunsch erfüllt, sondern nachdem ein Wunsch erfüllt worden ist. "Mein rechter Oberschenkel schmerzte entsetzlich, kein Arzt konnte mir helfen", sagt Ratha, während der Friseur einen etwa 30 Zentimeter langen Schopf ihres schönen glatten Haars abschneidet und zu einem Bündel zusammenknotet. "Vor zwei Jahren betete ich im Tempel zu Manjunatha, der Herr möge mich von den Schmerzen erlösen. Er hat mich geheilt, deshalb lasse ich heute mein Haar."

Der Friseur rasiert ihr mit dem Messer eine Glatze. Die Frauen und Männer auf den benachbarten Friseurstühlen erzählen ähnliche Geschichten. Täglich opfern allein in diesem Tempel 1500 Gläubige ihre Locken. An Sonntagen sind es sogar 3000. Wohin das Haar anschließend geht, wissen nur wenige von ihnen.

Das Haar wird nach Länge sortiert



Goldig: "Great Lengths" wurde vor 15 Jahren von David Gold (r.) gegründet; sein Sohn Thomas (l.) kümmert sich ums Marketing

In einem Nebengebäude des Tempels hocken zehn Männer und schweigen. Einer von ihnen ist der bärtige Mayoor, 32, Händler im Dienst von Great Lengths.

Wie jeder der Männer wirft Mayoor einen versiegelten Umschlag in eine Urne: Sie geben Gebote für Haare ab, zwischen 350 und 500 US-Dollar pro Kilo. Mayoor erhält den Zuschlag; die Haare gehören ihm. Der Tempel nutzt das Geld für sein neues Krankenhaus. Manjunatha Swamy ist einer von etwa 20 Tempeln, in denen Mayoor b ü n d e l w e i s e H a a r k a u f t .

Das geopferte Haar wird von Lastwagen in eine sieben Fahrtstunden entfernte Fabrik in Bangalore transportiert, die Mayoor zusammen mit Great Lengths betreibt. Dort wird es zunächst gewaschen - mit einfachem Shampoo in niedriger Konzentration, um Schäden durch Chemie zu vermeiden. Dann legen Arbeiterinnen im Sari die Haarbündel auf dem flachen Dach des Betonbaus aus. "Der Beton saugt die Hitze auf, so trocknet das hier schnell", erklärt Mayoor. Wie in vorindustriellen Zeiten sieht es auch in der Halle aus, in der die meisten von Mayoors 150 Beschäftigten arbeiten, ebenfalls überwiegend Frauen im Wickelgewand. Sie sitzen auf Hockern, vor ihnen jeweils ein Brett voller Nägel, zwischen denen sie die Haare strammziehen und nach Längen sortieren. Endprodukt sind Haarbündel in Längen von 30 oder 45 Zentimetern.

Die werden jede Woche ein- bis zweimal per Flugzeug von Bangalore nach Nepi in Italien transportiert. Per Schiff wäre es günstiger - aber zu langsam angesichts des boomenden Geschäfts von Great Lengths.

Schöne Haare sind ein Statussymbol

In der Stadt Nepi, knapp eine Stunde außerhalb von Rom, kommen jeden Monat insgesamt vier Tonnen Haare aus Indien an. Die meisten sind lakritzschwarz, ab und zu liegt ein grauer Zopf dazwischen. Zwei Mitarbeiter sind gerade dabei, eine Ladung "Sausages" (so heißt der Bund von rund 30 Zöpfen) auszupacken, um sie zu wiegen. "Schöne Haare sind ein Statussymbol", erklärt Thomas Gold. "Sie sind ein lebendiges Produkt, das mit der Hand verarbeitet werden muss." Der 30-jährige Sohn von David Gold ist für das Marketing der Firma zuständig. "Ciao Bella", ruft Thomas Gold einem Mädchen zu, das Strähne für Strähne auf einen Baumwollstreifen näht, um die Haare dann in einem weiteren Waschgang von Schmutz und Fett zu befreien. Anschließend lagern sie 10 bis 20 Tage zur Depigmentierung in weißen Wannen. Das Schaumbad, angerührt nach einem Geheimrezept, entzieht dem Haar die Farbe, ohne die Schuppenschicht zu verletzen. Erst wenn alle Pigmente verschwunden sind und das Haar sich in reinem Blond präsentiert, können die Haare eingefärbt werden.

Die Lieblingsfarbe der Deutschen: Platinblond

Über der Tür zum Färberaum hängt das Schild "Vietato Entrare"; wenn es leuchtet, darf keiner rein oder raus: Genau zwei Minuten lang werden die Haare in einer Farbe gebadet, etwa dem Kupfer-ton 26. "Die Temperatur ist beim Färben extrem wichtig, Haare sind sehr sensibel", erklärt Thomas Gold. Einen Raum weiter liegen die Haarteile aufgespießt wie erlegte Skalps. Aus den Lautsprechern schallt Gianna Nannini, die Mitarbeiter mischen aus verschiedenen blonden Bündeln einen Kombiton zusammen. Das Gerät, das sie dazu benutzen, sieht aus wie ein Fakir-Bett in klein, durch das sie immer wieder die Strähnen ziehen. Eine Kollegin mischt ein dunkles Blond aus den Nummern 19, 11 und 27 und erzählt, dass Sharon Stone genau diese Farbe trägt. Und die Lieblingsfarben der deutschen Frauen? "Nummer 23, platinblond, gefolgt von der 27, einem etwas wärmeren Ton, und der 26, einem schimmernden Kupfer," sagt T h o m a s G o l d . Danach werden die Haarbündel gebügelt, zusammengefasst und mit Keratin-Plättchen versehen, durch welche die Hair-Extensions später mit dem echten Haar verbunden werden. Im Packraum weist Thomas Gold auf die Boxen unter den Wickel-Tischen: bestimmt für Skandinavien, Frankreich, Dubai, Südafrika. Deutschland ist mit drei Kisten vertreten. Das Geschäft mit dem Echthaar boomt: Nebenan bauen die Golds eine neue Fabrik, dreimal so groß wie die alte.

Nur die Männer sind noch resistent

Zurück in München, im Salon von Renate Klingspor, zu der nicht nur Prominente kommen, um sich den Luxus auf dem Kopf zu leisten. "Unter meinen Kunden befinden sich auch Schülerinnen, die extra für eine Verlängerung jobben, oder 75-Jährige, denen ihr eigenes Haar zu dünn geworden ist." Sogar aus den USA, Israel und London fliegen K l i n g s p o r s K u n d i n n e n e i n . Nur bei Männern konnten Haarverlängerungen noch nicht punkten. Der Schauspieler Max Tidof gehört zu den Ausnahmen: Für den Fernsehfilm "Herr der sieben Meere" wird er mit 170 Extensions in eine Art Doppelgänger von Wolfgang Petry verwandelt. "Die kommen aber sofort wieder raus", sagt der 45-Jährige. "Ich will nicht noch mal so aussehen wie in den Siebzigern."

Adrian Geiges, Christine Mortag, Antje Wewer