

Ein Salon nur für Männer

Trend Bei Shpetim „Timi“ Osmani im Stuttgarter Westen heißt es waschen, legen, fönen – aber für Bärte. Nicht nur dort ist das uralte Gewerbe des Barbiers wieder im Kommen. Von Leona Stolterfoht

Timi war 13 Jahre alt und überhaupt nicht begeistert, als sein strenger Onkel vorgeschlagen hat, ihm einen Beruf beizubringen. Weil der Vater die Idee gut fand und es damals im Kosovo wenig berufliche Perspektiven gab, blieb Timi nichts anderes übrig. So hat Timi, der eigentlich Shpetim Osmani heißt, aber schon immer Timi gerufen wurde, Mitte der neunziger Jahre gelernt, was ein Barber können muss: den Kunden zuhören, mit ihnen reden und diskutieren, ihnen die Haare und Bärte schneiden.

Tausende Male hat er zugeschaut, wie sein Onkel Messer geschliffen hat und mit diesen den Männern aus dem Dorf über den Hals gegliett ist. Irgendwann musste er selbst Hand anlegen, und heute ist er froh, dass ihm sein Onkel das traditionelle Handwerk beigebracht hat. Seit einem Jahr betreibt Timi Osmani einen kleinen Barber-Laden in der Ludwig-Pfau-Straße im Stuttgarter Westen.

Frauen kommen höchstens in den Salon, um für ihre Freunde oder Männer Gutscheine oder edle Rasierpinsel aus Dachshaar zu kaufen. „Ich habe noch nie einer Frau die Haare geschnitten“, sagt Timi Osmani und lacht, „nur bei meiner Frau mache ich manchmal eine Ausnahme.“

Manche Männer wollen nur einen Haarschnitt, immer mehr wollen aber eine klassische Nassrasur oder ihren Bart in Form bringen lassen. Dass seit einigen Jahren Bärte – und zwar vor allem Vollbärte – im

Seit einigen Jahren liegen Vollbärte im Trend. Trend liegen, kommt Timi Osmani zugute. Früher haben sich manchmal türkischstämmige Friseure etwas dazuverdient, wenn sie Bärte geschnitten haben. Klassische Barbiere gab es aber kaum noch, schließlich stand (und steht) in jedem Badezimmer ein elektrischer Rasierapparat oder ein Nassrasierer. Aber seit einiger Zeit gibt es eine Retrowelle: In vielen Großstädten bieten Friseure klassische Männerrasuren an.

Auch bei Timi Osmani fühlt man sich in eine andere Zeit versetzt. Auf dem Tresen steht ein schwarzes Wählsehbentelefon aus dem Jahr 1948, an der Wand lehnt ein historisches Fahrrad, die Etiketten auf den vielen verschiedenen Pflegeprodukten sind im Retrodesign, und auch die beiden Barberstühle sind zwar neu, aber im Stil der 60er Jahre. An den Wänden hängen alte Schwarz-Weiß-Bilder, im Schaufenster liegen alte Rasiermesser. Manche Kunden freuen sich, weil sie den Duft des Rasierwassers noch aus ihrer Kindheit kennen. Das hat mein Opa immer benutzt, sagen sie dann. „Ist doch schön, wenn man so etwas wiederbeleben kann“, sagt Timi Osmani.

Für eine Nassrasur plant er eine gute halbe Stunde ein. „Das ist eine Wellnessbehandlung für den Mann“, sagt der 34-Jährige. Mit warmen Kompressen, gut duftenden Seifen und anschließender Pflege. Waschen, legen, fönen – das gilt hier für Bärte.

Timi Osmani erkennt schnell, ob ein Kunde seinen Bart pflegt oder nicht. Das ist auch entscheidend dafür, ob die Haare ju-



Timi Osmani in seinem Salon im Stuttgarter Westen

Foto: factum/Weise

cken oder nicht. „Wenn man den Bart mit Öl pflegt, muss man sich nicht immer kratzen“, sagt Timi Osmani, zu dessen Kunden auch Profi-Fußballer des Bundesligisten VfB Stuttgart gehören.

Einige Männer werden nach einem Urlaub in südlichen Ländern auf sein besonderes Angebot aufmerksam. „Die waren dann zum Spaß bei einem Barber und sind so begeistert, dass sie das zu Hause auch haben wollen“, sagt der zweifache Vater. Es gibt Stammkunden, die ihren eigenen Mes-

serkoffer mitbringen. Sie wollen lernen, sich selbst gut zu rasieren. Demnächst will Timi Osmani sogar Schulungen anbieten, damit die Männer auch zu Hause vieles besser machen können.

Heute würde er gern seinem Onkel den Barbiersalon zeigen, aber der ist schon vor einigen Jahren gestorben. Als Timi Osmani 1998 als 17-jähriger Kriegsflüchtling aus dem Kosovo nach Deutschland gekommen ist, hätte er nie gedacht, dass er jemals einen eigenen Laden leiten würde.