

2025
EDITIE 07

DE BEAUTY PROFESSIONAL

De man in de salon

**Grenzen stellen in
de behandelkamer**

**10 vragen over
business-coaching:
Zo kies je de juiste
begeleiding**

Wellness in NL:
Holistisch Lifestyle
Center 't Achterhof

MASSAGE SPECIAL

**De psychologie
achter virale
beautyrages**

A close-up, low-angle shot of a man lying down, looking up. His face is the central focus, with his eyes closed and a slight smile. A hand is resting on his shoulder, and another hand is visible near his head. The lighting is warm and soft, creating a relaxed and intimate atmosphere. The background is dark and out of focus.

De man in de salon

Tekst: Bernardo van Eekhout

Het is een gunstige ontwikkeling dat steeds meer mannen anno 2025 een schoonheidssalon bezoeken. Waarbij er een groeiende interesse is bij mannen die een gezichtsbehandeling willen ondergaan zonder de achterhaalde vooroordelen dat dit alleen voor vrouwen zou zijn weg gelegd. Ook mannen willen er goed en gezond uitzien wat mede gestimuleerd wordt door de grote hoeveelheid informatie van sociale media. Slimme schoonheidssalons spelen hier handig op in door ook de mannelijke klant op allerlei manieren als vaste doelgroep aan zich te binden. Want mannen blijken een zeer trouwe en loyale doelgroep te zijn waar nog veel groei in valt te behalen.

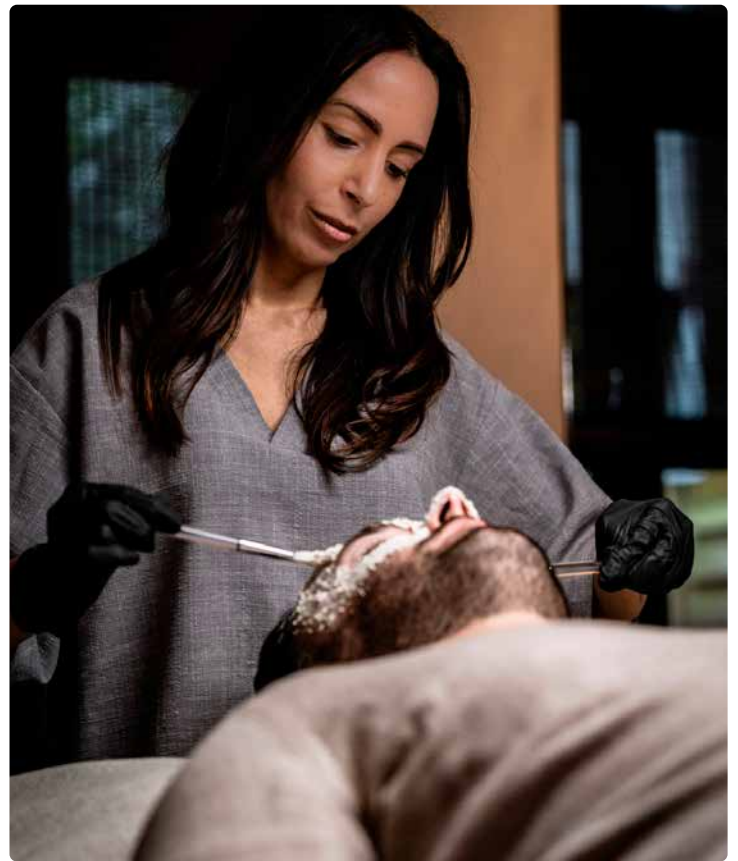
Dat mannen wel degelijk een rendabele doelgroep blijken te zijn bewijst Charissa Blom met haar salon Mr. Adam in Amsterdam Oud- Zuid. Deze premium salon biedt sinds 2017 huid -en lichaamsverzorgingsbehandelingen op maat exclusief alleen voor mannen. “Omdat niemand het deed en ik jarenlang zag hoe mannen óf genegeerd werden in de skincare wereld óf in een roze stoeltje werden neergezet dat hen nooit écht aansprak, ben ik met deze salon voor mannen begonnen. En omdat ik geloof dat selfcare geen gender heeft maar wel een andere benadering vraagt. Ik zag een blinde vlek in de markt: mannen die wel geven om hun uitstraling, gezondheid en performance, maar nergens een plek vonden waar op hun niveau en in hun taal communiceerd werd. Dus besloot ik het zelf te bouwen, waarbij ik deze salon niet alleen begon voor de huid maar voor wat daaronder ligt: je zelfvertrouwen. Een gezonde huid is als basis voor hoe jij je voelt en hoe jij je beweegt in de wereld. Voor mannen was het vaak geen onderwerp waarover ze praten, maar wél iets wat ze voelen als het niet goed zit. Ik wilde een plek creëren waar die zorg normaal is en dat is mij gelukt”.

De typische bezoeker van Mr. Adam is een man van 28 tot 55 jaar die bewust investeert in zichzelf. Vaak is hij nog bleu in skincare en is hij nieuwsgierig naar wat skincare voor hem kan betekenen, waarbij hij liever kiest voor kwaliteit dan voor snelle oplossingen. “Mannen stappen nu met veel meer vertrouwen een salon binnen; het taboe is aan het verdwijnen. Mannen zijn visueel ingesteld dan voorheen mede dankzij social media en ze willen er net zo verzorgd uitzien als ze zich voelen. Ze willen eerlijk advies, zichtbare resultaten en vooral tijdsefficiëntie. Een concrete oplossing voor hun huidprobleem of dat nou stress, acné of veroudering is. Ze willen weten wat werkt, waarom en hoe snel ze resultaat gaan zien. Mr. Adam is een one-stop-shop voor mannen wat betekent dat de man terecht kan voor skin scan, skincare,

huidverbetering, waxing, brow grooming, botox & fillers voor mannen en manicures. Maar ook de nieuwste behandelingen met exosomen en polynucleotiden. Alle skin treatments zijn specifiek ontwikkeld voor de mannenhuid want die is namelijk dikker, vetter en verouderd anders. We focussen op performance care, niet pampering.”

Mannen & social media

Dat mannen steeds makkelijker een salon binnenstappen merkt ook eigenaresse Isis Jansen van More Beauty & Heren Beauty in Alkmaar. “We zien zeker een trend dat mannen vaker onze salon bezoeken. En hoewel het als een cliché klinkt denk ik wel dat dit komt door de social media. Het nastreven van het perfecte plaatje is in de huidige tijd geen onbekend gedrag en dit geldt dus ook zeker voor de heren. Hoewel het uiterlijk steeds belangrijker is gaan worden speelt het stukje ontspanning ook een grote rol; een moment voor jezelf en ontsnappen van het drukke dagelijkse leven met al haar prikkels. Er is duidelijk meer behoefte aan ontspanning. Ik merk wel dat de mannen die bij ons komen nog niet echt veel aan hun huid hebben gedaan. Maar ze staan wel open voor huidverbetering in de vorm van een compacte huidverzorgingsroutine met zo min mogelijk stappen. Wel investeren ze makkelijker in hoogwaardige producten dan vrouwen dat doen. Mannen zijn hierin iets impulsiever.”



Alle skin treatments zijn specifiek ontwikkeld voor de mannenhuid want die is namelijk dikker, vetter en verouderd anders.

Mannen zijn zich steeds bewuster van hun uiterlijk en daar is dus nog veel groei in te verwachten.

In haar salon krijgt Isis verschillende soorten mannen over de vloer die komen voor een wax behandeling of voor een gezichtsbehandeling. “We merken dat heren het prettig vinden dat zij terecht kunnen in een salon die zich ook specialiseert in de behoeften van een man. Daarnaast hebben we ook een aparte website gebouwd voor de heren en voeren we duo behandelingen uit waar vrouwen hun vriend/man kunnen meenemen. Want eenmaal in de stoel hebben we er al snel een vaste klant bij. En uiteraard is ook mond tot mondreclame essentieel voor ons.” Hoewel haar salon zich op beide seksen richt heeft Isis wel www.herenbeauty.nl opgezet om zo de drempel voor mannen te verlagen om haar salon te bezoeken. “In de toekomst wil ik graag een aparte locatie voor de heren openen zodat wij deze twee verschillende doelgroepen nog gericht kunnen bedienen. Want hoewel ik denk dat mannen nog steeds een relatief onbekende doelgroep zijn voor de schoonheidssalons, merk ik wel dat er veel vraag naar is. Ze zijn zich steeds bewuster van hun uiterlijk en daar is dus nog veel groei in te verwachten.”



Iris Peters

Mannen & natuurlijk

Dat de (vrouwelijke) partner van een man doorslaggevend kan zijn om zelf ook een salon te bezoeken merkt ook Iris Peters van KNAPPP Organic Skin Clinic in Eindhoven. “We zien zeker een stijgende lijn in het aantal mannelijke klanten sinds de oprichting van KNAPPP inmiddels zo’n 6,5 jaar geleden. Mannen worden vaak door hun partner doorgestuurd. Mijn klanten zijn doorgaans ambitieuze en ondernemende mannen tussen de 30 en 48 jaar oud, maar ook jongeren tussen de 17 en 25 jaar oud die komen vanwege hun huidproblematiek. Wat ze allemaal wel gemeen hebben is dat ze waarde hechten aan een gezonde, goed verzorgde huid. Bij de jongere mannen gaat het vooral om het aanpakken van onzuiverheden en het verbeteren van de huidstructuur. Mannen van 30 jaar en ouder willen hun huid goed onderhouden, reinigen en verstevigen om deze langer mooi te houden. Zelf merk ik ook dat mannen steeds meer met hun uiterlijk bezig zijn. Ook zij willen een gezonde huid die straalt en stevig blijft”.

In haar salon werkt Iris met de 100% natuurlijke producten van ESSE Skincare met als doel natuurlijke huidverbetering, waarbij het draait om duurzame huidverzorging. Maar hoe staat de man daar tegenover? “Onze mannelijke cliënten zijn zich hier wellicht minder van bewust dan onze

vrouwelijke cliënten, maar ze staan wel steeds meer open voor natuurlijke verzorging. Veel mannen kiezen bewust voor KNAPPP vanwege onze transparante werkwijze waarbij ze merkbare voordelen ervaren voor hun huid na het gebruik van onze producten en behandelingen. We vinden het belangrijk dat elke klant en ook onze mannelijke klant weet waar we mee werken en waarom we daarvoor kiezen. Als we uitleggen dat onze producten zo natuurlijk mogelijk zijn dan reageren ze daar heel positief en nieuwsgierig op. Ze waarderen vooral de duidelijkheid en het idee dat ze niet alleen voor zichzelf maar ook voor het milieu een goede en bewuste keuze maken. Om mannen als klant te benaderen laat ik via foto's en video's op onze social media en websitebehandelingen zien van mannelijke cliënten. Hiermee laten we zien dat huisverzorging en welzijn universeel zijn en maken we het op die manier toegankelijk voor alle doelgroepen."

Genderneutraal

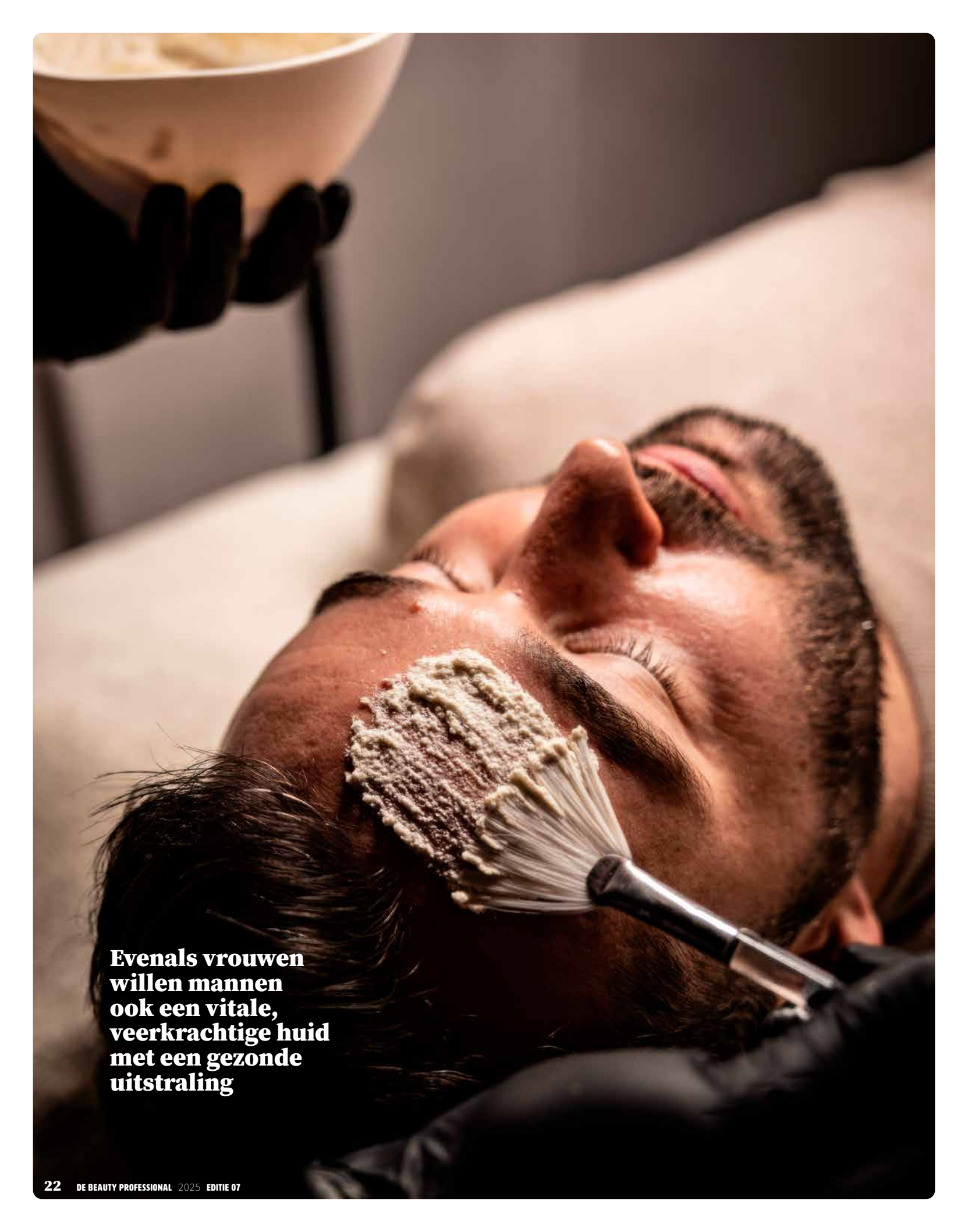
In onze huidige maatschappij waarin beide genders steeds vloeiender in elkaar overlopen is het belangrijkste wat heeft een huid nu écht nodig? Ongeacht of dit nu een vrouwen- of mannenhuid is. Maatwerk en persoonlijke behandeling is hierbij het belangrijkste uitgangspunt. Dat is ook de filosofie bij House of Joy and Health in Zwolle als het om behandeling van de huid gaat. "In de praktijk betekent dat bij ons dat we qua benadering geen onderscheid maken tussen man en vrouw", aldus Carine Bouwman-Muller. "We richten ons alleen op huidverbetering waardoor geen behandeling hetzelfde is. Iedere huid heeft zijn eigen behoeften. Gelukkig is de belangstelling voor huidverbetering niet meer beperkt tot alleen vrouwen. We hebben zeker ook mannen binnen onze klantenkring wat ons enorm verheugt en we ook zeer waarderen. Want ook mannen weten inmiddels dat het noodzakelijk is om tijdig met de juiste zorg te beginnen om er vitaal uit te blijven zien. Er is niet 1 type man die bij ons over de vloer komt maar we kunnen wel zeggen dat ze weten wat ze willen en voor zichzelf kwaliteit en goede zorg gunnen die wij ze geven. De uitstraling van ons instituut is zo dat ook mannen bij ons graag even in de rust stappen en aandacht aan zichzelf willen geven. Voor mannen is het vooral belangrijk dat ze resultaat zien waarbij ze graag investeren in de tijd die daarvoor nodig is, maar je moet wel ergens naar toe werken. Evenals vrouwen willen mannen ook een vitale, veerkrachtige huid met een gezonde uitstraling. Rimpels mogen er zijn maar wallen onder de ogen liever niet."

Carine Bouwman-Muller

Om kennis te maken met House of Joy and Health organiseren ze geregeld wellness arrangementen waar je bijvoorbeeld in duo behandelingen kennis kunt maken met de beleving van dit salon. "Dit verlaagt voor mannen soms de drempel om bij ons langs te komen. We hebben zelfs boot arrangementen waar je een leuke vaartocht door de grachten van Zwolle kan combineren met een bezoek aan onze salon. Met onze eigen luxe sloep meren we aan bij onze grachten villa in combinatie met een speciale ontbijt of luncharrangement in samenwerking met plaatselijke restaurants. Op deze manier maken we het wel heel aantrekkelijk voor mannen. We laten zien dat goede zorg voor mannen net zo noodzakelijk is als voor vrouwen. Het is een mooie ontwikkeling dat zelfbewustzijn ook bij mannen toeneemt. Door deze toename zien we dus ook meer mannen in onze salon wat niet alleen voor onze salon maar voor de hele branche en voor de mannen zelf een schitterende ontwikkeling is. We geven informatie, helpen de klant te kiezen en begeleiden de zelfzorg voor de huid thuis, maar die dagelijkse zorg voor de huid moet dan wel trouw

Met onze eigen luxe sloep meren we aan bij onze grachten villa in combinatie met een speciale ontbijt of luncharrangement in samenwerking met plaatselijke restaurants.



A close-up photograph of a man lying down, receiving a facial treatment. A hand in a black glove uses a fan-shaped brush to apply a thick, light-colored cream to his forehead. In the upper left, another hand in a black glove holds a white bowl containing more of the cream. The man has a beard and his eyes are closed.

**Evenals vrouwen
willen mannen
ook een vitale,
veerkrachtige huid
met een gezonde
uitstraling**

worden toegepast. Bij onze mannelijke klanten merken we dat het vooral niet al te ingewikkeld moet zijn; een beperkt aantal goede producten is voor hen voldoende. Beter enkele goede producten gebruiken dan een heel assortiment werkloos op de plank.”

NANNIC NBE3000

Voor mannen die resultaatgerichte huidverbetering willen en welzijn biedt het Belgische huidverzorgingsmerk Nannic de oplossing met hun geavanceerde NBE3000 (Nannic Beautyfying Energie) apparatuur. “Steeds meer mannen vinden hun weg naar de salon en niet zonder reden, want de moderne man wil er fris, gezond en energiek uitzien zonder dat het ‘too much’ voelt”, aldus Dora Steenbergen; Beauty Ambassador van Nannic. “In mijn eigen salon BDM Aesthetics merk ik dat mannen doelgericht zijn, ze willen effect, comfort en duidelijkheid. Geen ingewikkelde behandelingen of cosmetische ingrepen maar doeltreffende huidverbetering met zichtbaar resultaat. En precies daarom kiezen ze steeds vaker voor de NANNIC NBE3000. Dit apparaat biedt veel meer dan een standaard gezichtsbehandeling. Het toestel maakt gebruik van gepatenteerde mono polaire radiofrequentie en dit in combinatie met elektromagnetische energie kunnen de actieve werkstoffen diep in de huid worden aangebracht zonder dat er naalden of warmtebeschadiging aan te pas komt. Voor mannen biedt de NBE 3000 behandelmogelijkheden op maat zoals verfijnen van grove poriën, aanpakken van onzuiverheden of acné, vermindering van rimpels, verslapping en fijne lijntjes, kalmeren van roodheid, couperose, irritatie, hydratatie en algehele huidverstevinging.”



De NBE 3000 werkt met een actieve en inactieve elektrode (meestal een metalen plaat die onder de schouderbladen wordt gelegd en de hand van de behandelaar) waardoor er een gesloten elektrisch circuit ontstaat. De radiofrequentie-energie wordt veilig door het lichaam geleid en doordat de behandelaar handcontact houdt, de zogeheten handdrukken, ontstaat er een unieke synergie tussen technologie en aanraking. “Deze technologie stimuleert cel vernieuwing, collageen aanmaak en verbetert de doorbloeding zonder schade of ongemak. We werken met een gesloten circuitsysteem van actieve en inactieve platen. 100% veilig zelfs voor de gevoelige huid. Wat ik zo krachtig vind aan dit toestel is dat het veel verder gaat dan huidverzorging alleen. De NBE3000 is multifunctioneel en inzetbaar voor het gehele lichaam. Denk aan versteviging van lichaamshuid zoals buik, borst en armen, behandeling van cellulitis of plaatselijke vetophopingen of detoxificatie via het lymfestelsel.

De Belgische man

In België is een ietwat vreemde situatie gaande waarbij sommige salons bewust mannen als klant weren omdat een aantal van hen seks verwacht tijdens de behandeling. Hierdoor voelen vrouwelijke schoonheidsspecialistes zich niet meer veilig en comfortabel om hen te behandelen. Maar ook zijn mannen in sommige salons niet welkom omdat er een gebrek is aan vakkennis, waarbij de oorzaak, volgens de sectorfederatie, ligt bij de opleidingen van schoonheidsspecialisten. In de gespecialiseerde opleidingen leren ze niets over huidverzorging bij mannen. Zo’n 98% van alle cursisten zijn vrouwen en ze leren de job ook niet uitoefenen op een mannenlichaam. Toch is er momenteel steeds meer vragen van mannen waarbij zo’n 30% van de klanten van grote schoonheidssalons inmiddels mannen zijn en dat aandeel zal alleen maar groeien. Dat is een grote markt waarop de Belgische sector nog veel meer op moet gaan inspelen. “Schoonheidssalons die klanten structureel weigeren op basis van geslacht, religie of andere discriminerende redenen hebben geen plaats in de sector. We moeten blijven streven naar inclusie.” Ook de Federale Overheidsdienst Economie is duidelijk: een schoonheidssalon mag officieel geen klant weigeren enkel en alleen omdat het een man is...



In België is een ietwat vreemde situatie gaande waarbij sommige salons bewust mannen als klant weren omdat een aantal van hen seks verwacht tijdens de behandeling.