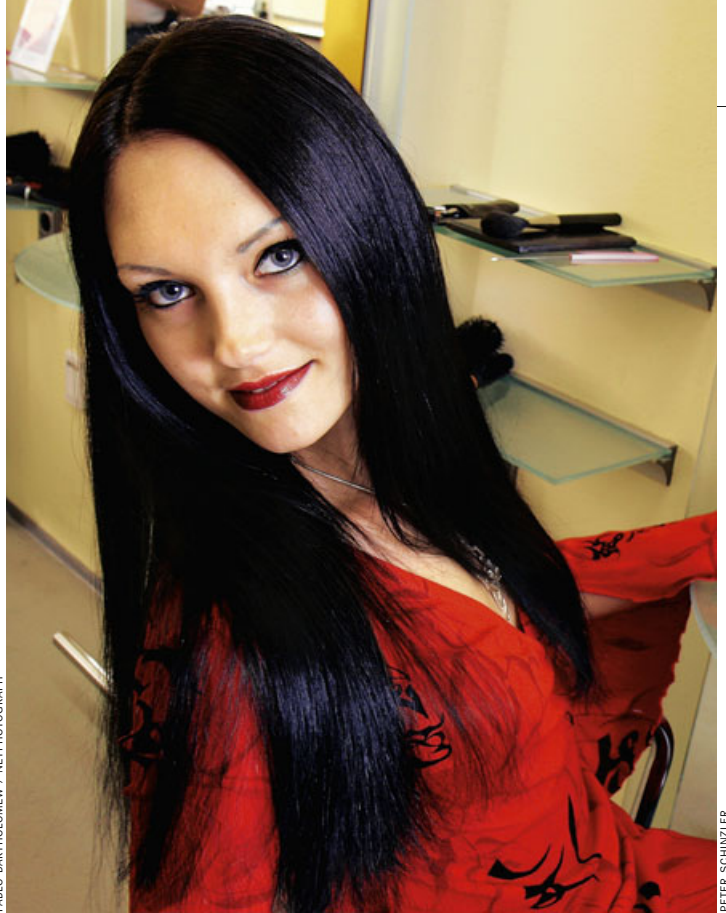




PABLO BARTHOLOMEW / NETPHOTOGRAPH



PETER SCHINZLER

Inderin Manibhen, Münchnerin Franke: Haartransfer über 7698 Kilometer hinweg

GLOBALISIERUNG

Farbton No 01, 45 Zentimeter

Halle Berry mag sie, Angelina Jolie auch: Diven in der ganzen Welt geben viel Geld aus, um eigenes Haar mit sogenannten Extensions zu verschönern. Daraus ist ein Riesengeschäft entstanden, das seinen Ausgangspunkt in indischen Tempeln nimmt. *Von Britta Sandberg*

Verena Franke sitzt an einem Dienstag im Januar bei „Visage Hair“ in München-Schwabing. Sie will längere Haare, weil es schön ist, weil es sie weiblicher macht, wie sie glaubt. Das ist es, mehr hat sie sich nicht überlegt.

Sie hat auf diesen Tag hingearbeitet, Trinkgelder gespart, bis sie die 1000 Euro beisammenhatte. Eine Haarverlängerung ist nicht billig, aber sie sagt, in ihrem Beruf sei es schon wichtig, wie sie aussehe.

Verena Franke arbeitet an der Bar im „Roxy“, einem dieser Münchner Szenetreffe im tiefsten Schwabing. Sie ist 27, ihre Haare sind mittellang und schwarz gefärbt, sie trägt künstliche Fingernägel, und ihre Augenbrauen sind tätowiert. Vor ihr liegen in einem Karton die schwarzen Echthaarsträhnen, Extensions genannt, 150 Stück, Farbton No 01, Länge 45 Zentimeter. Sie sind heute mit der Post gekommen. Verena Franke weiß nicht, dass diese Haare 7698 Flugkilometer hinter sich haben, dass sie einer Inderin namens Manibhen Yashwanthpur gehörten. Sie weiß nicht einmal, dass es diese Frau überhaupt gibt.

Bald werden diese Haare ihre sein. Bald wird die Salonchefin, Frau Klingspor, die Echthaarsträhnen an Verenas Haaren befestigen, und für einen kurzen Moment werden sich die Leben dieser beiden Frauen auf eigenartige Weise berühren. Das von Manibhen, die ihr Haar opferte, um den Göttern zu danken. Und das von Verena, die längere Haare wollte.

Es ist ein globaler Tausch, der da zum Abschluss kommt: Einige Frauen brauchen Haare, um sich schöner zu fühlen. Andere Frauen verfügen über diese Haare.

Früher wurden die den Göttern geopfert Tempelhaare in Indien für Ölfilter und Matratzenfüllungen benutzt; seit es Extensions gibt, ist alles anders. Nun ist es ein Geschäft mit verrückten Wachstumsraten, 40 Prozent pro Jahr, mit Zwischenhändlern auf allen Kontinenten, mit Transporten in Flugzeugen

rund um den Erdball. Und alles nur, um Haar von einem Kopf auf den anderen zu bringen.

Angelina Jolie, Christina Aguilera, Cameron Diaz, Gisele Bündchen, Victoria Beckham – viele schummeln, viele haben ihre Frisur mit Fremdhaar gedopt. Céline



FOTOS: PABLO BARTHOLOMEW / NETPHOTOGRAPH

Manibhens versandbereites Haar, Exporteur SDTC in Bangalore,

Dion lässt sich jeden Monat für 6000 Dollar frische Verlängerungen einfliegen.

In der einen Welt genügt es nicht mehr, einfach Haare zu haben. Haare müssen glänzen, glatt sein, lang sein, perfekt sein. In der anderen Welt gibt es Wichtigeres als Haare. Die Globalisierung bringt beide Welten zusammen.

Es ist ein feuchter Tag im Bundesstaat Karnataka in Südindien. Manibhen ist früh aufgestanden an diesem Morgen, sie hat ihren Mann und die beiden Jungen geweckt und den orangefarbenen Sari in eine rote Plastiktüte gepackt. Manibhen Yashwanthpur ist 30 Jahre alt, eine schmale, ernste Frau, die aussieht, als wäre sie 40. Ihre Haare sind lang und dunkelbraun. Es sind schöne Haare. Heute will sie diese Haare Lord Venkateshwara schenken.

Sie steht vor der Rasurhalle des Tempels von Chikkatirupathy, einem kleinen Dorftempel mit bunten Figuren auf dem Dach, ihr Mann und ihre beiden Kinder haben sie aus ihrem Dorf hierherbegleitet.

Es heißt Yashwanthpur wie sie. Sie ist dort aufgewachsen, lernte dort ihren Mann kennen und heiratete ihn vor 15 Jahren. Dann begann er zu trinken, Brandy, viel Brandy, und es blieb nicht dabei. Er schlug sie, jahrelang, auch vor den Augen ihrer Söhne. Er versoff, was die beiden in der örtlichen Zementfabrik verdienten.

Manibhen betete zu Lord Venkateshwara, der die Sünde hinwegnimmt, dass es endlich aufhöre; das war vor einem Jahr. Seit einem Monat trinkt ihr Mann nicht mehr. „Wenn das kein Wunder ist“, sagt sie und lächelt zum ersten Mal.

Der Tempelbarbier benetzt Manibhens Haar mit Wasser, knotet es an beiden Seiten mit Gummibändern zusammen und setzt das Rasiermesser an. Mit einem schabenden Geräusch legt er ihre Kopfhaut frei, Zentimeter für Zentimeter. Manibhen hockt im Schneidersitz vor ihm, sie verzieht keine Miene. Vier Minuten dauert die Prozedur, dann ist Manibhen kahl. „Ich bin jetzt glücklich“, sagt sie. Ihre Sätze enthalten kein Wort zu viel.

Es wird Jahre dauern, bis ihre Haare wieder so lang wachsen, wie sie gerade noch waren. Manibhen legt sich ein Tuch um den nackten Kopf. Es ist ein uraltes hinduistisches Ritual: Babys werden rasiert, damit es ihnen Glück bringt. Erwachsene, weil sie den Göttern danken wollen.

Es geht auch hier um Eitelkeit, aber es geht darum, sie zurückzustellen. Haare machen den Unterschied zwischen Männlich und Weiblich, zwischen Schön und Hässlich, sie schützen und verbergen. Wer sie opfert, gibt ein Stück von sich.

Manibhen erhält kein Geld für ihre Opfergabe. „Das hier ist eine Tradition, kein Business“, sagt der Tempelverwalter. Sie weiß nicht, was mit ihren Haaren passieren wird, sie ahnt nicht, dass sie nach 29 Tagen, nach einer Depigmentation und einem Farbbad in einem Salon in München-Schwabing eintreffen werden. Sie hat noch nie in ihrem Leben etwas von Extensions gehört, geschweige denn von Schwabing.

Sie wird sich jetzt waschen, ihren frischen, orangefarbenen Sari anziehen und für ihre Kinder beten, sie sollen eine gute Schulausbildung bekommen.

Zwei Fahrstunden und mindestens ein Jahrhundert trennen den Dorftempel Chikkatirupathy von der Hightech-Metropole Bangalore, dem Sitz der Firma SDTC Exports. Der Weg dorthin führt vorbei an Flatscreen-Werbeplakaten und fußballfeldgroßen Baustellen, auf denen Bangalores neue Apartment- und Verwaltungsgebäude entstehen. Jedes Jahr wächst die Stadt um mehrere Quadratkilometer und verschluckt das Land um sich herum.

Mayoor Balsara steht in einer großen Halle, er hält ein zusammengeknottetes dunkles Bündel in der Hand und misst es zwischen Schulter und Ellbogen. Es sind Manibhens Haare. „51 Zentimeter, keine grauen Strähnen, sehr gute Qualität“, sagt er, „diese Haare sind nie chemisch behandelt worden.“ Er hat sie gekauft, für knapp 100 Dollar. Balsara, 33, ist Indiens größter Exporteur von hochwertigem Tempelhaar.

In der Fabriketage von SDTC hocken Inderinnen mit weißem Kittel und Mundschutz vor Bergen dunkler Haare auf dem Boden und sortieren sie nach Farbtönen. Andere sitzen auf niedrigen blauen Stühlen an Tischen, die wie kleine Kinderschreibtische aussehen, und schlagen Haarbündel über eine Art Nagelbrett. Balsara wird Manibhens Haar ausnahmsweise nicht mit dem anderer Frauen vermengen, sondern einzeln abpacken und kennzeichnen.

Eine Frau trägt, je nach Länge und Dicke, durchschnittlich 200 bis 300 Gramm Haare auf dem Kopf. Hier liegen sie kiloweise auf dem grauen Betonboden, ganze Biografien, in Bündeln ausgebreitet: Manibhens Haare, die sie nie mehr als um ein paar Zentimeter schneiden ließ, mit denen sie ihren zweiten Sohn bekam, die sie trug, während ihr Mann sie schlug. Haare, mit denen Männer verführt wurden. Haare, mit denen gelitten und geliebt wurde. Unten im Keller lagern fünf Tonnen, das macht etwa 20000 Frauenleben.

Balsara ist noch nicht lange in diesem Geschäft. Er hat ein Managementstudium in London hinter sich, vor acht Jahren brachte ihn ein Freund auf die Idee mit den Haaren. Damals lag der Kilopreis für indisches Tempelhaar noch bei 30 Dollar, heute sind es 300 bis 600 Dollar. „Haare sind zu einem der teuersten Rohstoffe der Welt geworden“, sagt Balsara. Über drei Tonnen davon exportiert er jeden Monat nach Europa, per Flugzeug – mit dem Schiff wäre es billiger, aber zu langsam.

300 Angestellte arbeiten bei SDTC, in diesem Jahr will Balsara weitere 100 einstellen. Sobald die Haare aus den Tempeln ankommen, werden sie gewaschen, auf einem Nagelbrett gebürstet, nach Längen sortiert und verpackt. Die Inderinnen ziehen sich vor der Arbeit bei SDTC die Schuhe aus, das machen sie sonst nur im Tempel. Bevor die Ware zum Flughafen gebracht wird, stellen sie sich vor den Kartons auf und beten zum Abschied. „Es ist ein heiliges Geschäft“, sagt ihr Chef.

Balsara hat vor kurzem eine 300-Quadratmeter-Wohnung mit Doorman, Pool,



Extensions-Produktion in Italien: „Einer der teuersten Rohstoffe der Welt“

Gärtner und hellem Marmorboden in einer der besten Lagen Bangalores erstanden. Unter ihm wohnt ein Paar aus New York, gegenüber der bekannteste Rennfahrer Indiens. Balsara trägt ein ausgewaschenes grünes T-Shirt mit Heineken-Aufdruck, zerrissene Jeans und Ziegenbärtchen, der Understatement-Look der jungen Inder. Als er mit seiner Firma anfing, wusste er nicht, ob er das erste Jahr überstehen würde. Jetzt hat er nur noch ein Problem: „Wie komme ich an noch mehr Haare?“

Über eine Milliarde Menschen leben in Indien, ziemlich viele potentielle Rohmateriallieferanten. Trotzdem, um das Haar wird hart gekämpft: In den Tempeln finden mittlerweile Auktionen wie bei Sotheby's statt, und selbst das Recht, bei diesen Auktionen mitzubieten zu können, muss erst erkaufte werden. Die weltweit steigende Nachfrage lässt die Preise explodieren, das hat man auch in den Tempeln verstanden. Nur noch wenige gehen auf feste Abnehmerverträge zu vorab vereinbarten Tarifen ein.

Deshalb schickt Balsara seit einiger Zeit Emissäre übers Land, sie sollen in seinem Auftrag nach neuen Vertragspartnern selbst in den kleinsten Dörfern suchen. Manchmal spricht er selbst eine kahlköpfige Frau auf der Straße an, um zu erfahren, wo sie sich rasieren ließ, es könnte ja ein Tempel sein, den er noch nicht kennt.

40 seiner Angestellten arbeiten direkt in den heiligen Stätten. Sie überwachen die korrekte Lagerung der Haare, sie sorgen für die pünktliche Auslieferung der Ware. Von dem Geld, das die Tempel erwirtschaften, dürfen sie höchstens ein Drittel in Ausbau und Renovierung stecken. Der große Rest geht an wohltätige Einrichtungen, an Schulen, Waisenhäuser und Kliniken. Ein staatliches Kontrollgremium wacht über die Einhaltung dieser Quote.

Das Balati Institute for Surgery bei Tirupati beispielsweise bekommt einiges vom Haar-Geld ab, deshalb findet sich dort jede Menge westliche Hightech-Apparatur auf

allen Etagen. Das Krankenhaus bietet kostenlos Operationen an, die sich kein indischer Durchschnittsverdiener leisten könnte. „Wir sind Teil eines der größten Wohltätigkeitsprojekte der Welt“, sagt der Klinikdirektor, „normalerweise würde eine einzige Operation 1000 Euro kosten.“

Die Spenden für die Klinik kommen vom reichsten Tempel des Landes, Tirumala-Tirupati im Süden. Der Tempel ist wie eine Holding organisiert, die Einnahmen verwaltet eine Stiftung, es sind rund 250 Millionen Euro pro Jahr. „Was sollen wir sonst mit dem Haar machen, wenn nicht verkaufen“, sagt der Tempeldirektor.

50 000 Pilger kommen täglich nach Tirupati, etwa jeder zweite von ihnen lässt sich den Kopf rasieren, auch Männer sind darunter. Deren Haar wird vor allem nach China exportiert, dort extrahiert man Keratin aus ihm für kosmetische Produkte. Allein 600 Barbieri arbeiten in Tirupati, es ist der größte Friseursalon der Welt.

Manibhens Haare sind mit einem UPS-Flug in Rom-Fiumicino gelandet, noch 50 Kilometer im Lieferwagen, dann werden sie in Nepi bei Great Lengths eintreffen. Das Unternehmen beherrscht 60 Prozent des Weltmarkts für Echthaar-Extensions, es verarbeitet fünf Tonnen Haare pro Monat, vor kurzem hat es eine Filiale in China eröffnet.

„Wir sind der Bentley unter den Haarverlängerungen“, sagt David Gold, 55 Jahre, Eigentümer und Gründer der Firma. Gold hat eine Frisur wie der junge Valentino, er trägt ein kariertes Hemd, Clarks-Schuhe und Jeans. Er sieht aus wie ein bessener Tüftler, nicht wie ein Millionär. „Um sich einen ersten Eindruck zu verschaffen“, sagt er und läuft auf seinem Zehn-Hektar-Seegrundstück zu einem der drei Hubschrauberlandeplätze, „schaut man sich das Ganze am besten aus der Luft an.“

Eigenhändig rollt er den Panorama-Helikopter aus dem Hangar, steigt ein und bringt ihn in die Höhe. Er fliegt über seinen

Olivenhain, über das Haupthaus und den Gästetrakt mit Pool und steuert über die vulkanische Seenlandschaft Richtung Industriezone. Drei große Fabriken hat er in die karge Ebene von Nepi gesetzt, die letzte wurde gerade fertig. Da Gold es mag, die Dinge von oben zu sehen, steht der Firmenname auch auf dem Dach.

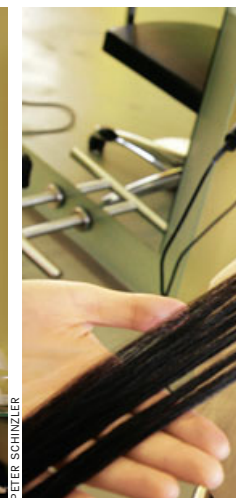
Eine Stunde später schaut er in seinem Büro mit gekacheltem Boden und grauen Allerweltsmöbeln durch ein großes Glasfenster in die angrenzende Produktionshalle. Heute ist bei Great Lengths ein blonder Tag, Farbton No 9.

Manibhens Haare schwimmen abseits in einer Plastikbadewanne im Depigmentierbad. Seltsam tot kamen sie in Nepi an, in einem mit weißem Papier ausgeschlagenen Kekskarton. Morgen werden sie um drei Schattierungen dunkler gefärbt, von Haselnussbraun auf Farbton No 1, Tiefschwarz, die Wunschfarbe der Kundin aus München. Das Geheimnis des Osmosebades, das dem Haar die Pigmente entzieht, ohne es zu schädigen, kennen nur Gold, seine Tochter und sein Sohn. „Es ist ein bisschen wie mit der Coca-Cola-Formel“, sagt er.

Der Bürocomputer piept, eine E-Mail aus Los Angeles: „Halle Berry braucht unbedingt Haare bis Freitag“, steht dort. „Wir wissen, dass es unmöglich ist, aber bitte versuchen Sie es.“ Es ist Mittwoch, aber die Schauspielerin wird ihr Haar bekommen, gekennzeichnet mit „H. B. curly“, gelockt.

Prominente sind die besten Werbeträger des Unternehmens. Als ein amerikanischer Fernsehbericht im Jahr 2005 enthüllte, wie viele Extensions bei der Oscar-Verleihung über den roten Teppich getragen wurden, stiegen die US-Umsätze um 110 Prozent auf über 20 Millionen Dollar.

Gleich neben Halle Berrys neuen Haaren lehnen im Vertrieb braune Pappkartons an der Wand. Jeder Karton ist ein Land, darin Haare für die Welt: Bosnien steht neben Südafrika, Venezuela und den Vereinigten Arabischen Emiraten; Australien neben Lettland, Japan und Thailand. Die Chinesen bekommen Haar aus Kasch-



Firmengründer Gold (im italienischen Nepi), Ankunft von Manibhens Haaren in München, Einsetzen der Extensions: „Es ist ein heiliges

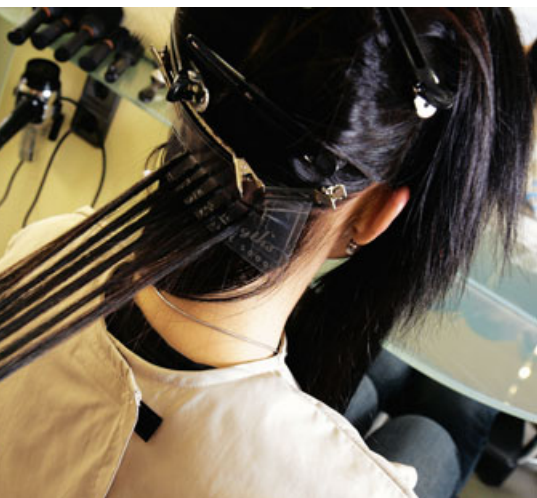
Schauspielerin Jolie
Mit Fremdhaar gedopt

mir, der indischen Grenzregion zu China, das ist für europäische Köpfe zu dick, aber für chinesische genau richtig. Einige wenige Haare fliegen zurück nach Indien, auch in Delhi gibt es seit kurzem Salons, die Extensions anbieten.

„Es ist glückliches Haar“, sagt Gold. „Die Leute, die es geben, sind glücklich, es zu opfern; die Friseure, die es kaufen, sind glücklich, damit arbeiten zu können, und die Frauen, die es bekommen, sind glücklich, weil sie danach besser aussehen als vorher. Was ist dagegen zu sagen?“

Ja, was nur? Es handelt sich nicht um Organe, sondern lediglich um Haare, und die Besitzerinnen lassen sie in aller Regel freiwillig abschneiden. Aber es gibt sie, die dunkleren Beschaffungswege und die sogenannte Haarmafia. Dubiose Händler bieten im Internet ukrainisches Echthaar ohne Herkunftsangabe und zum Kilopreis von 1200 Dollar an, der ukrainische Ort Tores gilt Ermittlern als Umschlagplatz für den illegalen Haarhandel.

In Brasilien verzeichnet die Polizei seit einiger Zeit sogar „Haarüberfälle“ von „Skalpjägern“. In England sorgten Berichte über zwangsgeschorene russische Gefangene für einen Skandal, was vor allem damit zu tun hatte, dass Victoria Beckham nicht ausschließen konnte, das Haupthaar inhaftierter russischer Frauen im asymmetrischen Pony zu tragen. „Ich habe einen ganzen Zellenblock auf dem Kopf“, stöhnte die Fußballerfrau nach den Enthüllungen der „Sunday Times“.



Geschäft“

PETER SCHNITZLER



CINETEXT

Seither wird der Haarwuchs von Anfang an markiert: in Indien mit Gummibändern, die zeigen, wo die Haarspitzen sind; in Italien mit weißen Stoffbändern, auf denen die Wurzeln festgenäht werden.

Trotzdem gibt es Haare, bei denen im Laufe des Produktionsprozesses oben und unten durcheinandergeraten. Sie werden deshalb in Plastiksäcken gesammelt, nach Nordafrika geflogen, dort von 260 Arbeitern Strähne für Strähne wieder nach Wurzel und Haarspitze sortiert und danach retour nach Rom geschickt. Globalisierung kann sehr praktisch sein.

Verena Franke lässt sich seit vier Stunden per Ultraschallwellen die Haare von Manibhen ins Eigenhaar drücken. Danach hat sie eine Vollweibmähne. Oben Deutschland, unten Indien.

„Super“, ruft Salonchefin Renate Klingspor, „man sieht keinen Farbunterschied, keinen Übergang, genauso soll es sein.“ Klingspor trägt ein T-Shirt mit dem Namen ihres Salons aus Strasssteinen, dazu

Jeans mit Strassgürtel und blondes Haar, selbstverständlich verlängert. Sie bezeichnet sich als „Pionierin in der deutschen Haarverlängerungswelt“. Im Jahr 2000 schon habe sie das Ultraschallgerät zum Einsetzen der fremden Strähnen entdeckt: „Da war mir klar, das ist die Maschine, die wir jetzt brauchen“, sagt sie und klingt wie ein Entwicklungshelfer, der neue Wege für die Wasseraufbereitung entdeckt hat.

Verena Franke sieht jetzt ein bisschen aus wie Pocahontas, die Indianertochter. „Geil“, sagt sie und zieht an den fremden Haaren. 138 der 150 Strähnen sind eingesetzt. Sechs Monate können die Extensions drinbleiben, dann ist das eigene Haupthaar nachgewachsen, und die Verlängerung sitzt nicht mehr wie zuvor. Das Fremdhaar wird herausgenommen und weggeworfen. Natürlich könnte man es wieder neu einsetzen, aber das Prinzip Gebrauchtwagenmodell gibt es nicht in dieser Branche. „Trotzdem, es lohnt sich auf jeden Fall“, sagt Verena: „Es macht einen irgendwie weiblicher.“

Normalerweise erfahren die Endabnehmerinnen nie, von wem ihr Haar stammt. In diesem Fall ist das anders. Als Verena Franke die Geschichte von Manibhen hört, schaut sie sich die Fotos der Inderin lange an: mit vollem Haar und kahlrasiert, allein und mit Familie. Dann sagt sie einen erstaunlichen Satz: „Genau genommen ist es ja eine Ehre, die Haare dieser Frau zu tragen.“

Natürlich gebe es illegalen Menschenhaarhandel, sagt Gold, aber nicht bei ihm. „Die Mengen, die wir brauchen, könnten wir so nicht zusammenkaufen.“ Die Firma unterhält 45 Vertriebsstationen in 53 Ländern. Das letzte Angebot, das ihm ein Käufer für seinen Konzern unterbreitete, lag bei 150 Millionen Euro.

„Ohne Margarita“, sagt der gebürtige Engländer, „wäre es nie so weit gekommen.“ Gold traf die Friseurin in den neunziger Jahren in einem Salon im Londoner Camden Town. Dort bot sie Haarverlängerungen an, allerdings solche, die nicht hielten. Er nahm sich Margaritas und der Sache mit den angeklebten Haaren an.

Gemeinsam mit Wissenschaftlern entwickelte Gold ein System, das fremdes Haar mit Eigenhaar durch Keratinplättchen verbindet, und ließ es sich patentieren; das ist bis heute die Grundlage seines Erfolgs. Die Frauen rannten ihm bald schon die Bude ein – und kamen nach vier Wochen mit tennisballartigen Gebilden auf dem Kopf wutentbrannt zurück. Er hatte einen entscheidenden Fehler gemacht, erklärten ihm Leute, die von Haaren mehr verstanden als er: Er hatte die Wuchsrichtung der Haare nicht berücksichtigt.

Denn jedes einzelne Haar besitzt die Struktur eines Tannenzapfens. Beachtet man die Richtung dieser Schuppenstruktur nicht, reiben die Haare auf dem Kopf aneinander, verknoten und verkanten sich.