

Zeitschrift: Saiten : Ostschweizer Kulturmagazin
Herausgeber: Verein Saiten
Band: 14 (2007)
Heft: 163

Artikel: Merengue und Smalltalk
Autor: Rosenbaum, Harry
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-885011>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

VON HARRY ROSENBAUM

Das mit dem Sex war einmal: Im Linsebühl buhlen heute Frisörinnen und Frisöre um die Gunst der Kunden.

MERENGUE UND SMALLTALK

Die Berlinerin Simone S., die ihr Geschäft mit Kwafför angeschrieben hat, kam buchstäblich im Goldrausch vor vier Jahren von der Spree an die Steinach. Eine Kollegin habe ihr das Geschäft angeboten, beim Aprés-Ski in den Bündner Alpen. Sie hat spontan ja gesagt. «Ich habe mich bei Freunden kundig gemacht», fährt sie fort. «Die haben aber die Nase gerümpft und mich gewarnt. Linsebühl, das sei doch das Bordellviertel. Na goldig, habe ich gedacht, ist doch eine super Grundlage fürs Geschäft. Die Mädels in dem Gewerbe müssen immer gut aussehen. Da komm ich grad richtig als Frisöre.» Dass es hier aber keine Bordelle mehr gibt, dass dem Linsebühl nur noch der Ruf des Rotlichtbezirks anhaftet, hat sie schnell gemerkt. Enttäuscht sei sie deswegen überhaupt nicht gewesen, weil das Quartier auch so eine gute Grundlage für ein kleines Coiffeur-Geschäft sei. Nah bei der Innenstadt gelegen, aber mit viel tieferen Ladenmieten. «Mit der Berufsbezeichnung Coiffeur konnte ich nichts anfangen, weil ich das Wort gar nicht verstanden habe. Was soll das denn heißen, hab ich gefragt. Haarschneiden, hat man mir geantwortet. Und so hab ich halt Kwafför draus gemacht und drunter geschrieben: Zum Haareschneiden. Damit alles klar ist. Ich hab schliesslich auch Frisörin gelernt und nicht Coiffeuse», insistiert sie mit «Berliner Schnauze». Simone S. fühlt sich wohl, denn unter ihren Berufskolleginnen und -kollegen herrscht kein Futterneid. Die mehrfache Konkurrenz ist gleich gegenüber

auf der anderen Strassenseite. «Wenn wir mal Hochbetrieb haben und die Kundschaft lange warten muss, dann schicken wir sie einfach über. Das ist ganz normal.»

Verärgerter Quartierpolizist

«Das Quartier lebt, zeigt viel Selbstinitiative», freut sich Stadtplaner Edgar Heilig. «Wir müssen planerisch kaum eingreifen. Vieles ergibt sich von selbst. Ein Idealfall für St.Gallen.» Jahrzehnte lang war es das Räuberquartier und die Sexmeile. Mitte der achtziger Jahre des letzten Jahrhunderts wurde das Linsebühl rigoros saniert. Dagegen gab es heftige Proteste. Als Folge des Eingriffs ist ein steriles Stadtquartier mit teuren Wohnungen und Geschäftsräumlichkeiten befürchtet worden war. Es kam aber anders.

Merengue-Musik, lachende und schwatzende Kariben, Südamerikaner und Afrikaner. Ein kleines Büdeli, nur ein paar Häuser östlich vom Kwafför. Alle warten, bis Roberto den Stuhl wieder frei hat. Präzis wie ein Silberschmied ziseliert er mit Elektroschneider und Schere kunstvolle Ornamente in das Kurzhaar seiner Kunden: Afro-Style. Sein Barbershop ist der Renner unter den Latinos und Afrikanern. Sie kommen aus der ganzen Ostschweiz und sogar über den Rhein. Im Vorarlberg ist Roberto mit seinem Linsebühl-Barbershop ein Begriff. «Er ist einfach der Beste», sagen die wartenden Männer. Er habe mit zwölf Jahren den Beruf in seiner Heimat, in der Dominikanischen Republik, erlernt, sei

jetzt 25 und vor zwei Jahren nach St.Gallen gekommen. Den Laden habe er günstig mieten können und im vergangenen Mai eröffnet. Werbung braucht er keine zu machen. Das würden seine Kunden übernehmen.

Der hohe Ausländeranteil. Gibt das keinen Knatsch? «Nein», sagt der Integrations-

Alle warten, bis Roberto den Stuhl wieder frei hat. Präzis wie ein Silberschmied ziseliert er mit Elektroschneider und Schere kunstvolle Ornamente in das Kurzhaar seiner Kunden: Afro-Style.

beauftragte der Stadt St.Gallen, Peter Tobler, und wundert sich anscheinend ein wenig. «Das grösste Problem in letzter Zeit war die Eröffnung der Gassenküche. Da hat es Widerstand gegeben. Aber mit den Migranten läuft das bestens. Viele treten als Kleinunternehmer auf und haben Erfolg. Ich denke, sie sind mutiger und risikofreudiger als die Einheimischen und sie zeigen Initiative. Das tut dem Quartier sehr gut.» Ein bisschen verärgert ist Quartierpolizist Peter Stock, weil viele drausen in der Stadt noch immer meinen, dass Linsebühl sei ein Räubernest und die Sexmeile.



«Er kam immer nur um die Mittagszeit. Zu dem Zeitpunkt waren die wenigsten Leute hier und das gefiel ihm immer besser als der Trubel. Sobald er Platz genommen hatte, vergrub er sein Gesicht in einem Comic-Buch und vergass alles um sich herum. Noch heute höre ich sein helles Auflachen, das durch den Barber-Shop hallte.» (US-Army-Friseur Karl-Heinz Stein über seinen Kunden Elvis Presley.)

«Er kam immer nur um die Mittagszeit. Zu dem Zeit-

punkt waren die wenigsten Leute hier und das gefiel ihm immer besser als der Trubel. Sobald er Platz genommen hatte, vergrub er sein Gesicht in einem Comic-Buch und vergass alles um sich herum. Noch heute höre ich sein helles Auflachen, das durch den Barber-Shop hallte.» (US-Army-Friseur Karl-Heinz Stein über seinen Kunden Elvis Presley.)

Gerade bei höheren Primaten ist das gegenseitige freundschaftliche Putzen eine wichtige soziale Handlung. Warum frisieren wir Menschen – «die nackten Affen» – uns nicht gegenseitig die Haare? Die Antwort des Verhaltensforschers Desmond Morris: Das Kopfhaar des Menschen ist **sexuell** zu sehr aufgeladen. Deshalb haben wir die Haarpflege an den Coiffeur delegiert.

In keinem anderen Teil des Körpers bleiben **Drogen** so lange nachweisbar wie im Haar. Sie wachsen dort ein und sind noch vorhanden, wenn bei Blut- oder Urinuntersuchungen nichts mehr nachgewiesen werden kann. Das wurde Christoph Daum zum Verhängnis, als er 2000 kurz vor der Wahl zum Trainer der deutschen Fussball-Nationalmannschaft stand: In einer Haarprobe wurden Reste von Kokain nachgewiesen.



Oben: Coiffeur Roberto Stylo, Linsebühlstrasse 55. Unten: Coiffure Ursula, Linsebühlstrasse 12.



«Das Linsebühl ist heute ein ganz normales Stadtquartier mit vielen Familien, Wohnungen und kleinen Geschäften. Die Leute, die hier leben und arbeiten, sind gut integriert», setzt sich Stock für sein Quartier ein.

Sklaven der Mode

Der Tourist bleibt während dem haarigen Sightseeing kurz stehen und kommt zum Räsonieren übers Haar, seine sozialisierende und gewerbefördernde Wirkung: Durchschnittlich 100'000 Haarfollikel soll der Mensch auf seinem Kopf haben. Rothaari ge kommen mit rund 75'000 am dünnsten weg. Die Haarfarbe entsteht durch die unterschiedliche Art, Menge und Verteilung des Farbstoffs Melanin. Mit zunehmendem Alter nimmt die Melaninproduktion ab. Das Haar ergraut und wird allmählich weiss. Über 25'000 Figaros, Hairstylisten, Coiffeusen und neuerdings auch Haararchitekten und -ingenieure kümmern sich um die Schweizer Schöpfe. Weltweit werden jährlich rund 45 Milliarden Franken in die Haarpflege investiert.

Fast nirgends wechseln die Trends so schnell wie bei den Frisuren. Ende der fünfziger und Anfang der sechziger Jahre des letzten Jahrhunderts hielten sich die Haarkünstlerinnen und -künstler noch an tech-

nisch einheitliche Vorgaben: Nach strengem Schema wurden die Haare in verschiedene Richtungen und nach vorgeschrivenen Längen geschnitten. Auf diesem Gerüst entstanden sozusagen die neuesten Frisuren. Später bestimmten Filme und Diven, was gerade en vogue ist. So gabs beispielsweise die Bonnie-and-Clyde-Frisur und die französische Linie «La Divine», ein modischer Tribut an die göttliche Garbo. In den Siebzigern wurde Courage mit Courrèges zur Schau getragen: geometrisch und abstrakt. Als Gegenpol die poppig wilden, unfrisierten Haare. Heute regiert der Individualismus oder man entzieht sich der ewigen Stilfrage und rasiert sich den Schädel einfach glatt: Null Bock auf Haare ist schliesslich auch eine Frisur: die Totalverweigerung.

Shootingstars und Originale

Wenn es unter den Figaros im Linsebühl den Goldgräber-Typ gibt, dann ist es Christian

Viele Kunden von Christian Suter kommen aus seinem Kollegenkreis. Es sind Leute mit derselben Wellenlänge, die sich inzwischen auf die ganze Schweiz verteilen.

Weiter auf dem haarigen Sightseeing durchs Linsebühl, am Johann-Linder-Brunnen vorbei. Wo lässt der Gottvater der St.Galler Schnitzelbängler Haareschneiden und Frisieren? Oh Schreck, Johann Linder hat gar keine Haare. Aber das alte Linsebühl steht ihm noch ins Gesicht geschrieben: «Und es git no Existenz, die gönd Tag für Tag go schrenze. Hends den Obi, sufets Saft um Saft, schluned bsoffe uf de Bänke, bis d' Polizei si tuet versänke.» Hat sich der Brunnen-Linder etwa vor lauter Gram die Haare ausgerissen, weil sich sein verruchtes Linsebühl derart verändert hat?

Wo Ursula Stark ihr Geschäft betreibt, stammt zumindest die Hausfassade noch aus der Linder-Zeit. Das Glas klimpert beim Öffnen der Türe. Drinnen ist es gemütlich wie in

Christian Suter sagt gerade heraus, was er nicht macht: Dauerwellen, Einlegefrisuren und was sonst so einen gutbürgerlichen Kopf auszeichnet.

Suter. Sein Geschäft Querschnitt verströmt Atelierluft, es besteht seit 2005. Er sagt gerade heraus, was er nicht macht: Dauerwellen, Einlegefrisuren und was sonst so einen gutbürgerlichen Kopf auszeichnet. «Darauf verzichte ich», sagt er schlicht. «Ich mache viel Farbe und Haarschnitte in einem ziemlich modischen Bereich.» Er nennt es das «Kerngeschäft» seines Metiers. Breite Mode gurkt ihn an. Er ist der Spezialist für das Spezielle. Womöglich ein künftiger Shooting-Star.

einer Stube. Ursula Stark hat das Geschäft vor viereinhalb Jahren von ihrer Tochter übernommen. «Man merkt schon, dass es hier im Quartier viele Coiffeurgeschäfte gibt», sagt sie. «Aber deswegen Existenzängste? Nein. Alle haben ihre Stammkundschaft. Die Laufkundschaft macht nur einen sehr kleinen Anteil aus.» Die Rorschacherin hält viel von Berufstradition: Mit den Kunden plaudern, ihnen zuhören und auch Anteil an ihren Sorgen nehmen. Das Linsebühl sei ihr vorher



Wer nichts hat, verkauft schon mal die eigenen Haare für einen Spottpreis: beispielsweise junge Frauen in der russischen Provinz. «Extensions» sind in der westlichen Welt ein gefragtes Produkt. Von den Werbeplakaten der russischen «Haar-Mafia» lächeln Stars wie Milla Jovovich und Jennifer Lopez.

Als sich in den sechziger Jahren junge Männer das Haar in die Stirn und den Nacken wachsen liessen, sorgte das in der Schweiz für Aufruhr. Das Militär, verschiedene Jodler-, Schwinger-, Trachten- und Turnvereine erliessen strenge Vorschriften gegen diese Mode. Sie witterten dahinter eine **staatsfeindliche Gesinnung**.

Das vollständige oder teilweise Abschneiden der Kopfhaare ist eine alte «Rügeform an **Frauen schlechten Rufes**». Noch 1945 wurde sie in verschiedenen europäischen Ländern praktiziert: an Frauen, denen man ein intimes Verhältnis mit den deutschen Besatzern nachsagte.



nicht geläufig gewesen, sagt sie. Sie habe aber seinen schlechten Ruf aus vergangener Zeit mitbekommen. Bei vielen Leuten sei davon noch etwas hängen geblieben. «Manchmal überlege ich mir deshalb schon, ob ich gerade heraus sagen soll, dass ich im Linsebühl arbeite», lacht Ursula Stark.

Keine Beauty-Ameisen

Daniel Markwalder hingegen ist wegen der Geschichte und der heutigen Vielschichtigkeit geradezu vernarrt ins Linsebühl. Im vergangenen Juni hat er sein «Haarwerk» eröffnet und wohnt selber auch im Quartier. «Es war schon immer mein Wunsch, hier zu arbeiten», sagt er. «Das etwas schräge Image des Linsebühs gefällt mir. Aber wer nicht hier wohnt und arbeitet, wird dieses Image eher überbewerten. Das Linsebühl ist ein sehr aktives und gut durchmisches Quartier. Es gibt hier eine eingesessene Bewohnerschaft neben multikulturellen Neuzügern, viele Individualisten, Junge und Alte. Der Mix ist sehr interessant. Daneben findet man auch etablierte Fachgeschäfte, die teilweise schon seit Jahren im Quartier sind. Ebenso hat hier die Gassenküche ihren Platz. Das alles zusammen gibt dem Linsebühl einen speziellen Charme.»

Die Inhaberin von Coiffeur Ursula hat ein grosses Stück der Quartierentwicklung miterlebt. Das Geschäft besteht schon seit dreissig Jahren. Das Klima des Zusammenlebens sei immer dasselbe geblieben. Die einen Leute kämen miteinander aus, die anderen weniger. Es gäbe schon Integrationsprobleme, meint sie. Die Einrichtung der Stelle für Suchthilfe habe zu Beginn Befürchtungen wegen Drogenhandels und Beschaffungskriminalität ausgelöst. Diese Ängste hätten sich aber inzwischen gelegt.

Im «Westend» des Linsebühs ist die Coiffeurdichte am höchsten, weil die Innenstadt hier am nächsten liegt. Die Inhaberinnen und Inhaber der Geschäfte könnten hier

In den gestylten City-Hair-Lounges wuseln vier oder fünf Beauty-Ameisen um einen Kopf herum: einchecken, waschen, schneiden, stylen, föntrocknen und abkassieren. Aufwiedersehen. Anonymität pur.

bequem Federball miteinander spielen, was sie im übertragenen Sinn ja auch tun, indem sie Kundschaft «überschicken». Für die Erklärung der Wiederauferstehung des Figaro-Kleingewerbes im Linsebühl braucht es keine grosse Analyse. Die Kleingewerbler bringen ihre unterschiedlichen Geschäftskonzepte gleich selber auf den gemeinsamen Nenner. Das Rezept sei lustvoll individualisierte Ökonomie, vermischt mit Lebensanschauung und Lebenshaltung. Modernes Marketing und Profit-Masterpläne würden hier nur den Bach runter gehen. In den gestylten City-Hair-Lounges würden vier oder fünf Beauty-Ameisen um einen Kopf herumwuseln: einchecken, waschen, schneiden, stylen, föntrocknen und abkassieren. Aufwiedersehen. Anonymität pur. Im Linsebühl macht eine Person das gesamte Hair-Dressing. Man kann sich ihr Gesicht merken und den Small Talk auch zu Ende führen. Das schafft Vertrauen und die Atmosphäre des Persönlichen. Hinzu kommt die günstige Geschäftsmiete und eben die City-Nähe.

Kopf als Visitenkarte

Beim Verlassen des Quartiers Richtung Innenstadt schwirren dem Touristen die wildesten Gedanken durch den Kopf: Männer, so kommt der Sozialpsychologe Reinhold Bergler in einer Studie zum Schluss, haben ein unkritisches Verhältnis zu Haaren als Frauen. Er

sagt: «Männer glauben viel mehr Eigenschaften und Verhaltensweisen in den Haaren einer Frau zu erkennen, als diese es selber tun.» Es gebe Männer, so Bergler, die behaupten, an den Haaren einer Frau erkennen zu können, ob sie intelligent ist oder nicht, ob sie Durchsetzungsvermögen hat oder keines. «Das sind Männer, die bringen ein ganzes Psychogramm nur aufgrund des ersten Eindrucks von den Haaren mit der Frau in Verbindung.» Dass das nicht gut gehen kann, erklärt Bergler gleich selbst: «Aus der Psychologie wissen wir, dass Frauen in ihrer Sensibilität für andere Menschen meist besser ausgestattet sind als Männer. Das heisst mit anderen Worten: Die statistische Wahrscheinlichkeit, dass Männer mit ihrem ersten Eindruck zu Fehldiagnosen neigen, ist sehr gross.» Haare senden Schlüsselreize aus. Sie sind ein nonverbales Kommunikationsmittel. Sie verraten nicht selten die soziale Positionierung, den Lebensstil und die Ausrichtung einer Person punkto Leitbilder. Im Linsebühl sind Haare Schlüsselreize für die wirtschaftliche Entwicklung eines ganzen Quartiers, das vielleicht bald als die «St. Galler Beauty-Meile» ins öffentliche Bewusstsein vordringt und den Ruf des Räuberfestes und der Sexmeile gänzlich zum Verschwinden bringt.

Harry Rosenbaum, 1951, ist Journalist in St.Gallen, u.a. für die Nachrichtenagentur AP.

Marilyn Monroe (1926-1962), die berühmteste Blondine der Filmgeschichte, war eigentlich ein brünettes Fotomodell. Nach dem Abschluss ihres ersten Filmvertrags bei 20th Century Fox 1946 verwandelte sie sich in kürzester Zeit in eine platinblonde Sexikone. Glücklich wurde sie damit nicht. Sie hasste die Reduzierung ihrer Person auf das «dumme Blondchen», färbte ihr Haar aber weiterhin.

Eine Meinungsumfrage des Elektrorasierer-Herstellers Braun von 2007 zeigt: Gut rasierte Männer würden auf der weiblichen «**Traummann-Skala**» ganz oben stehen. Fast zwei Drittel der befragten Frauen sei es bei einer Verabredung besonders wichtig, dass der Mann gut rasiert ist. Nicht mal die Hälfte achtet hingegen darauf, ob der Traumtyp zum Tête-à-tête ein gebügeltes Hemd trägt oder die Schuhe frisch geputzt hat.

In einigen Kulturen gilt die behaarte Brust als Zeichen von Männlichkeit und wird entsprechend zur Schau gestellt, in anderen ist der haarlose Oberkörper das Ideal. In den westlichen Industrienationen ist in den letzten Jahrzehnten ein Trend zur Entfernung der **Brusthaare** zu beobachten. Rasieren halte ein bis zwei Tage, die Entfernung mit Wachs vier bis sechs Wochen.





Herren Coiffeur!, Linsebühlstrasse 53.

