



Patty Llukas hat Fake Freckles im Gesicht: «Die Märzefläckli machen mich herziger.»

Fotos: Boris Müller

Tätowiert semipermanente Sommersprossen: Rabea Kühn, Inhaberin der Kosmetikstudios Blashy in Zürich.

# Tätowierte Sommersprossen für «natürlichen» Look

**Beautytrend Fake Freckles** Früher wollte man sie weghaben, heute lassen sich Frauen die Märzefläckli aufs Gesicht stechen. Nicht immer mit dem gewünschten Ergebnis.

Chris Winteler

Es sind nur ein paar, verteilt auf Nase, Wangen und Stirn. Winzige Tüpfli, aber mit grosser Wirkung: Patty Llukas findet, die «Märzefläckli», wie sie die Sommersprossen nennt, machten sie herziger, jünger und ein bisschen kecker auch. Das bestätigt auch ihr Mann.

Jugendlich und natürlich will die 35-jährige Kosmetikerin aus St. Gallen aussehen. Aber naturgegeben sind ihre Sommersprossen nicht: Sie habe zwar Pigmentflecken am ganzen Körper, nur im Gesicht leider nicht. Deshalb hat sie sich die Sommersprossen, sogenannte Fake Freckles, tätowieren lassen.

Märzefläckli sind der Beautytrend der Saison. Heute werden die Pigmentflecken nicht mehr überschminkt oder mit Bleichungscreme bekämpft. Pfliffige junge Frauen mit Sommersprossen werben für Bodylotion, Shampoo oder für einen Boxverein nur für Frauen. Seit der deutsche Social-Media-Star Twenty4-Tim kürzlich im «Dschungelcamp» auf RTL mit Henna-Tupfen im Gesicht auftrat, experimentieren nicht nur seine Millionen Follower mit Henna-Farbe, die bis zu zwei Wochen halten soll.

Rabea Kühn, Inhaberin der Kosmetikstudios Blashy in Zürich, ist spezialisiert auf semipermanente Sommersprossen-Tattoos, fast täglich setzt sie Kundinnen Pünktchen ins Gesicht – «für einen Look wie von der Sonne geküsst», wie sie sagt. Ein Look, der jedoch nicht allen steht: Am natürlichsten wirken Sommersprossen bei rot- oder braunhaarigen Menschen mit sehr heller Haut. Und jung sollte man sein, ab 35 rate sie eher davon ab.

## Nase, Stirn, Wangen

Die wie zufällig verteilten Tüpfli auf Nase, Wangen und Stirn sollen niedrig wirken – oder ein bisschen frech, wie Pippi Langstrumpf, die wohl berühmteste Sommersprossen-Trägerin überhaupt. Ihre Kundinnen seien in

der Regel extrovertierte Frauen, die sich etwas trauten, sagt die Spezialistin für permanentes Make-up. Doch nur die wenigsten stehen zu ihren falschen Märzefläckli.

Auch Natalie (38) möchte nicht mit Nachnamen in der Zeitung stehen. Dass sie Extensions in den Haaren und falsche Wimpern trage, dass der Lidstrich und die Augenbrauen künstlich seien, sei kein Geheimnis. Aber dass ihre Sommersprossen nicht echt sind, soll niemand wissen. Das passe nicht zum natürlichen Touch, den ihr die süssen Märzefläckli auf Nase und Wangen verleihen sollen.

Rabea Kühn – «ich liebe meine natürlichen Sommersprossen» – rät jeder Kundin, erst mit einem Augenbrauenstift auszuprobieren,

ob sie sich mit den Punkten im Gesicht auch wohlfühlt. Und selbstverständlich finde immer eine ausführliche Beratung statt, um herauszufinden, wo die Punkte auch passten – Nase, Stirn oder bloss im Wangenbereich?

## Eine Stunde, 250 Franken

Wie bei einem Tattoo werden Farbpigmente mit einer Tätowiermaschine in die Haut gestochen. «Allerdings nur in die oberste Hautschicht, es blutet deshalb auch nicht.» Die Prozedur dauert rund eine Stunde und kostet 250 Franken. Aber es müsse gut überlegt sein, sagt Rabea Kühn, denn ihre Fake Freckles hielten je nach Lebensstil eineinhalb bis zwei Jahre.

Wie lange die tätowierten Sommersprossen sichtbar seien,

sei jedoch sehr unterschiedlich, sagt Caroline Rindlisbacher, die Präsidentin des Fachverbands für Permanent Make-up (PMU). Sie geht von zwei bis sechs Jahren aus – eine lange Zeit, vor allem, wenn die Sommersprossen nicht der Erwartung entsprechen oder der Trägerin schlicht verleidet sind. Das erlebe sie leider oft, sagt die Expertin.

Caroline Rindlisbacher warnt vor den Fake Freckles. Denn die Tupfen würden sich verändern, sie verblasen, seien aber meist noch jahrelang als graue Schatten sichtbar. «Die jungen Frauen wollen frisch und natürlich aussehen, doch graue Flecken im Gesicht wirken weder frisch noch natürlich.»

Kommt dazu: Jede Kosmetikerin könne Fake Freckles anbieten,

umso wichtiger sei es, sich zu informieren. Denn Sommersprossen zu pigmentieren, sei keine Routinearbeit, «in den wenigsten Fällen sehen die Tupfen natürlich aus». Nase und Wangen seien besonders heikel, da gebe es kein Verstecken: «Nase und Wangen sind immer an vorderster Front.»

Caroline Rindlisbacher weiss, wovon sie spricht, immer wieder melden sich Frauen bei ihr, die missglückte Punkte loswerden wollen. Dann bleibe nur die Behandlung mit dem Laser, wobei das Entfernen teurer als das Tätowieren sei.

Zurück im rosafarbenen Blashy-Studio. Kundin Patty Llukas hat keine Bedenken, dass die Märzefläckli ihr verleiden oder zu grauen Schatten werden könnten.

Was man aber wissen müsse, bemerkt PMU-Artist Rabea Kühn: Nach der Behandlung seien die Punkte ein paar Tage lang sehr ausgeprägt. «Ich sah aus wie das Sams», sagt Patty Llukas. Wie das kindliche Fabelwesen mit Rüssel Nase, rotem Borstenhaar und dicken blauen Punkten im Gesicht. Dennoch hat sie sich entschlossen, ihre herzigen Tüpfli demnächst noch stärker betonen zu lassen.

## Impressum

www.sonntagszeitung.ch  
**Auflage:** 121'382 Ex. verbreitete  
 Auflage, davon 115'022 verkauft  
 (WEMF 2023)  
**Leser:** 465'000  
**Reichweite:** 9,5 Prozent, D-CH  
 (MACH Basic 2023-1)  
**Herausgeberin:** Tamedia  
 Publikationen Deutschschweiz AG,  
 Zürich  
**Verleger:** Pietro Supino  
**Adresse Redaktion:**  
 Werdstrasse 21,  
 Postfach, 8021 Zürich  
 Telefon 044 248 40 40  
 E-Mail: redaktion@sonntagszeitung.ch  
 Twitter: @sonntagszeitung  
 Facebook:  
 facebook.com/sonntagszeitung  
 ISSN: 1420-7222  
**Bundeshausredaktion:**  
 Postfach 7923, 3001 Bern  
 Telefon 031 311 80 54

## Redaktion

**Chefredaktor:** Arthur Rutishauser  
**Redaktionsleitung:** Andreas Kunz,  
 Thomas Speich  
**Textchef:** Rico Bandle  
**Leitung der Tamedia Editorial**

**Services:** Viviane Joyce  
**Ressortleitende**  
**Tamedia Editorial Services:**  
**Textproduktion:** Raphael Diethelm  
**Layout:** Tobias Gaberthuel  
 (Co-Leitung, AD Sonntagszeitung),  
 Johannes Neukomm (Co-Leitung)  
**Infografik:** Michael Rüegg  
**Korrektorat:** Rita Frommewiler  
 Schumow (Leitung)  
**Publishing Services:**  
 Dominic Geisseler (Leitung)  
**Nachrichten/Fokus:** Andreas Kunz,  
 Thomas Speich (Co-Leitung),  
 Nadja Pastega, Cynril Pinto, Fabienne  
 Riklin, Bettina Weber.  
**Reporterin:** Chris Winteler  
**Recherchedesk und Datenanalyse:**  
 Catherine Boss und Oliver Zihlmann,  
 Co-Leitung, Dominik Balmer, Leitung  
 Daten, Sylvain Besson, Dominique  
 Botti, Christian Brönmann, Svenson  
 Comehis, Roland Gamp, Patrick  
 Meier, Patrick Oberli, Bernhard  
 Odehnal, Titus Plattner, Lukas Lippert,  
 Volontär.  
**Bundeshaus:** Mischa Aebi, Adrian  
 Schmid  
**Wirtschaft:** Peter Burkhardt (Leitung),

Maren Meyer (stv. Leitung), Jorgos  
 Brouzos (stv. Leitung), Beatrice  
 Bösigler, Christopher Gibl, Stefan  
 Häne, Edith Hollenstein, Bernhard  
 Kislig, Jon Mettler, Armin Müller  
 (Chefökonom), Walter Niederberger,  
 Eva Novak, Simon Schmid, Isabel  
 Strassheim, Konrad Staehelin, Martin  
 Spieler (Geldberater)  
**Leben:** Denise Jeltziner, Co-Leitung,  
 Philippe Zweifel, Co-Leitung, Martin  
 Fischer, Content-Manager  
**Kultur:** Pascal Blum, Martin Ebel,  
 Christoph Heim, Alexandra Kedves,  
 Moritz Marthaler, Andreas Tobler,  
 Nora Zukker.  
**Wissen:** Anke Fossgreen, Leitung,  
 Alexandra Bröhm, Martin Läubli,  
 Paulina Szczesniak (Leitung Reisen),  
 Barbara Reye, Felix Straumann.  
**Gesellschaft:** Denise Jeltziner,  
 Leitung, Sandro Benini, Michèle  
 Binswanger, Tina Huber, Lisa  
 Füllemann  
**Service:** Philippe Zweifel, Leitung,  
 Paulina Szczesniak (Leitung Reisen),  
 Stefan Aerni, Nina Kobelt, Claudia  
 Salzmann, Matthias Schüssler,  
 Giuseppe Wüest, Rafael Zeiler  
**Produktion:** Andreas Englbrecht

**Layout:** Tobias Gaberthuel  
 (Co-Leitung, Art Director  
 Sonntagszeitung), Johannes  
 Neukomm (Co-Leitung)  
**Infografik:** Jürg Candrian  
**Bildredaktion:** Olaf Hille (Leitung),  
 Julian Rütli, Monica Foresti  
**Sekretariat:** Judith Imig Oswald  
**Autoren/Kolumnisten:** Gülsha Adilji,  
 Jacqueline Badran, Markus Somm.  
**Ständige Mitarbeiter:**  
 Jean-Martin Büttner, Martin  
 Klichmann, Peter Schibler, Karl Wild  
**Auslandkorrespondenten:**  
 Martin Suter (New York)  
**Sport:** Ueli Kägi, Leitung, Anna  
 Baumgartner, stv. Leitung, Simon  
 Graf, stv. Leitung, David Wiederkehr,  
 stv. Leitung, Philipp Rindlisbacher, stv.  
 Leitung, Christian Brüngger, Thierry  
 Dick, Herbie Egli, René Hauri, Jan  
 Hirschi, Kristian Kapp, Roger  
 Metzger, Kai Müller, Tobias Müller,  
 Philipp Muschg, Marco Oppliger,  
 Florian Raz, Angelo Rocchinotti,  
 Marcel Rohner, Thomas Schifferle,  
 Monica Schneider, Alex Trunz,  
 Samuel Waldis, Pia Wertheimer,  
 Dominic Wullemmin, Tim Zimmermann.  
**Ständige Mitarbeitende:** Loris

Brasser, Nicolas Kaiser, Patrice  
 Kaufmann, Tommy Renner, Daniel  
 Wehrle.  
**Sekretariat:** Claudia Bianchi  
 Urs Jaudas, Dominique Meienberg,  
 Sophie Stieger  
 Redaktions-Service:  
**Nachrichtengagenturen:** Associated  
 Press (AP), Sportinformation (SI)  
 Bildagenturen: Agence France Presse  
 (AFP), Associated Press (AP),  
 European Press Photo Agencies  
 (EPA), Keystone, Reuters  
 Wiedergabe von Artikeln und Bildern  
 nur mit der ausdrücklichen  
 Genehmigung der Redaktion.  
 Redaktion und Verlag lehnen für  
 unverlangte Zusendungen jede  
 Haftung ab.  
 Wir drucken auf Recyclingpapier.

## Verlag

Sonntagszeitung, Verlag,  
 Werdstrasse 21, 8021 Zürich,  
 verlag@sonntagszeitung.ch  
 Leitung Nutzermarkt: Marc Isler  
 Leitung Abo-Service: Aranzazu Diaz  
 Goldbach Publishing AG,  
 Philipp Mankovski (Chief Sales

Officer), Adriano Valeri (Head of  
 Advertising)  
**Anzeigen:**  
 Goldbach Publishing AG  
 Inserateaufgabe Print:  
 Tel 044 248 40 11  
 E-Mail Kategorie Anzeigen:  
 anzeigen@sonntagszeitung.ch oder  
 online unter www.adbox.ch.  
 E-Mail Kategorie Rubriken: rubriken@  
 sonntagszeitung.ch oder online unter  
 www.adbox.ch.  
**Inserateaufgabe Digital:**  
 Tel 044 248 50 70.  
 E-Mail: digitalnext@goldbach.com  
**Abo-Service**  
 Für Fragen und Anliegen zu Ihrem  
 Abo, wenden Sie sich bitte am  
 besten über eines der Online-  
 Formulare an uns.  
 contact.sonntagszeitung.ch  
 Telefonisch erreichbar unter:  
 Mo-Fr 08.00-12.00 und  
 13.15-17.00 Uhr, Sa/So 08.00-11.00  
 Uhr. Tel 044 404 64 40.  
 Basel: Hotline für die  
 Sonntagszeitung der «Basler  
 Zeitung»: Tel 061 639 13 13  
 Abonnements:  
 shop.sonntagszeitung.ch

**Zustellung:**  
 Presto Presse-Vertriebs AG  
 Technische Herstellung:  
 DZZ Druckzentrum, Zürich AG  
**Ombudsmann:**  
 Ignaz Staub, Postfach 318  
 CH-6330 Cham 1  
 ombudsmann.tamedia@bluewin.ch  
 Die in dieser Zeitung publizierten  
 Anzeigen dürfen von Dritten  
 weder ganz noch teilweise kopiert,  
 bearbeitet oder anderweitig verwertet  
 werden. Ausgeschlossen ist  
 insbesondere auch eine Einspeisung  
 auf Onlinedienste, unabhängig davon,  
 ob die Anzeigen zu diesem Zweck  
 bearbeitet werden oder nicht. Der  
 Verleger und die Inserenten  
 untersagen ausdrücklich die  
 Übernahme auf Onlinedienste durch  
 Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses  
 Verbot wird vom Verlag rechtlich  
 verfolgt.  
 Neben den klassischen Formen von  
 Werbung erscheinen in den Medien  
 von Tamedia zwei Formen von  
 Inhaltswerbung:  
**Paid Post:** Im Zentrum steht in der  
 Regel das Produkt oder die  
 Dienstleistung des Werbekunden. Die  
 Erscheinungsform hebt sich vom  
 Layout des Trägertitels ab. Diese

Werbemittel sind mit «Paid Post»  
 gekennzeichnet.  
**Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich  
 in der Regel an einem Thema, das in  
 einer Beziehung zum Produkt oder  
 zur Dienstleistung des Werbekunden  
 steht und journalistisch aufbereitet  
 wird. Dieses so genannte Native  
 Advertising ist mit dem Layout des  
 Trägertitels identisch und wird mit  
 «Sponsored» gekennzeichnet.  
 Beide Werbeformen werden vom  
 Team Commercial Publishing  
 hergestellt. Die Mitarbeit von  
 Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen  
 ist ausgeschlossen. Weitere  
 Sonderwerbformen oder Formen der  
 Zusammenarbeit mit Kunden, etwa  
 im Bereich Reisen oder Auto, werden  
 gesondert ausgewiesen.  
 Bekanntgabe von namhaften  
 Publikationen Deutschschweiz AG  
 i.S.v. Art. 322 StGB: DZZ  
 Druckzentrum Zürich AG, LZ Linth  
 Zeitung AG, Tamedia Abo Services  
 AG, Tamedia Basler Zeitung AG,  
 Tamedia ZRZ AG, Zürcher Oberland  
 Medien AG