

B2B

Das Magazin für B2B-Marken | made by RTS Rieger Team

Verzerrte Schönheitsbilder
Im Interview mit Prof. Mang

Kunst und Marke
Prof. Baumgarth über zwei alte Verwandte

Keine Frage des Alters
Jörg Herzog und die Attraktivität

Die Form des Erfolgs
Ein Gespräch mit Tom Schönherr

02.2013

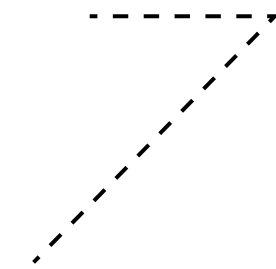
EUR 12



Auszug

Schönheit.

Warum erfolgreiche Marken attraktiv sind



„Ich bin nicht der Prototyp eines Schönheitschirurgen.“

„Man muss nicht jede Falte wegbügeln“_ *Prof. Dr. Werner Mang über natürliche Gesichter, verzerrte Schönheitsbilder und unerreichbare Ansprüche*

SEIT 23 JAHREN ARBEITET PROF. DR. MANG IN DER ÄSTHETISCHEN CHIRURGIE DER BODENSEEKLINIK. SCHÖNHEIT IST SEINE LEIDENSCHAFT, MÖCHTE MAN MEINEN. DOCH DER PROFESSOR STEHT DEM WAHN NACH PERFEKTION EHER SKEPTISCH GEGENÜBER. WIE ER ÜBER BOTOX, XXL-BRÜSTE UND AMERIKA DENKT, ERZÄHLT ER UNS BEI EINEM GESPRÄCH IN SEINEM BÜRO. HIER IST MANG ALLGEGENWÄRTIG. AUCH, WENN ER EBEN NOCH MAL SCHNELL DEN RAUM VERLASSEN MUSS. ZAHLREICHE ZEITUNGSARTIKEL SCHMÜCKEN SEINE WÄNDE.

Ich habe mich gerade etwas umgeschaut. Und eine interessante Überschrift entdeckt. Hinter Ihnen titelt die Bunte: „Schön, wie Gott sie schuf. Und nicht ihr Mang.“ Finden Sie, dass Schönheitschirurgen Gott spielen?

WM_ Ich nicht. Ich bin ja auch nicht der Prototyp eines Schönheitschirurgen. Natur ist schöner, als wenn man das alles künstlich macht.

Wenn ich jetzt also zu Ihnen komme und sage, meine Nase könnte etwas kleiner sein. Würden Sie sie operieren?

WM_ Ja gut, wenn Sie sich nicht wohlfühlen und Probleme haben. Dann ist es heute nicht mehr wie bei Freud – man soll jeden Mangel aussitzen. Stattdessen ist man heute der Meinung, dass man durchaus auch mit der ästhetischen Chirurgie jemandem helfen kann. Und wenn einer leidet, dann mach ich das natürlich.

Wäre es nicht langweilig, wenn alle Nasen gleich aussähen? Oder hätte ich die Wahl zwischen verschiedenen Nasenmodellen?

WM_ So eine Nasenchirurgie muss natürlich ins jeweilige Gesicht passen. Es soll ja nicht operiert aussehen. Und das ist die Kunst der ästhetischen Chirurgie. Ich produziere nicht diese unnatürlichen Hollywood-Gesichter, sondern sehe die ästhetische Chirurgie eher als Chirurgie, die hilft, wenn jemand psychisch unter einem Mangel leidet. Man muss nicht jede Falte wegbügeln. Darum geht es für mich nicht.

Sie sind also ein Verfechter der natürlichen Schönheit. Was ist denn natürlich?

WM_ Aus der Natur kann man viel lernen: unaufdringlich, harmonisch, beeindruckend, ausstrahlend, frisch. Schönheitsoperationen darf man nicht sehen. Das ist der Schlüssel meines Erfolgs. Der Patient soll seinen Mangel beseitigt wissen, er soll sich wohlfühlen und die Umgebung soll das Ganze nicht mitbekommen.

Vor allem in Deutschland, oder? Da machen Promis ja gern ein großes Geheimnis um ihre Schönheits-OPs.

WM_ Absolut richtig. Im Gegensatz zu Amerika ist Schönheitschirurgie hier schon noch ein Tabuthema. Ich verstehe es nicht ganz, denn ästhetische Chirurgie ist ja nichts Unanständiges, sondern etwas Wertvolles für unsere Gesellschaft. Wenn ich mich einer Operation unterzogen hätte, würde ich auch dazu stehen. Bei den Promis ist es immer noch ein Tabu. Aber es wird langsam besser. Es lockert sich.

Sie haben hier also keinen geheimen Hintereingang in Ihre Klinik?

WM Wir achten schon auf Diskretion. Und natürlich haben wir auch einen eigenen Trakt am Hintereingang, wo alles sehr anonym abläuft.

Wie muss ich mir denn einen typischen Kunden von Ihnen vorstellen?

Ist der eher weiblich oder männlich, jung oder alt?

WM Es gibt keinen typischen Kunden. Die Altersspanne liegt zwischen 18 und 80. Jeder fünfte Kunde ist ein Mann. Also 20 %, was ein relativ hoher Anteil ist. Vor zehn Jahren waren es noch 10 % Männer. Außerdem habe ich nicht nur Schauspieler, Sänger und Prominente hier, sondern ganz normale Menschen. Ärzte, Hausfrauen, Unternehmer, Lehrer. Mittelstandspatienten quasi.

Und welche Operation führen Sie bei Unternehmern und Geschäftsfrauen am häufigsten durch?

WM Als Pionier der Schönheitschirurgie blicke ich jetzt auf 20 Jahre ästhetische Chirurgie zurück. Früher haben sich Menschen hauptsächlich aus privaten Gründen wegen ihres Äußeren behandeln lassen. Heute haben wir den Trend, dass sich die Menschen aus beruflichen Gründen einer Schönheitsoperation unterziehen. Die „Golden Boys“ und „Golden Girls“ ab 50 sind aktiv und erfolgreich und haben oft die Power von 30-Jährigen. Sie gehen zum Schönheitschirurgen, weil die Hülle etwas gealtert ist. Die häufigsten Operationen bei Geschäftsmännern sind Korrekturen der Schlupflider und Tränensäcke und Fettabsaugungen im Bauch- und Hüftbereich. Im höheren Alter auch Faceliftings. Botoxinjektionen und Unterspritzungen werden bei Geschäftsmännern allerdings weniger geschätzt, weil sie natürlich aussehen wollen. Botox hat meist einen unnatürlichen Gesichtsausdruck zur Folge.

Und die Frauen?

WM Bei Geschäftsfrauen mache ich am häufigsten Faltenbehandlungen und Miniliftings, gefolgt von Schlupflid- und Tränensackkorrekturen. Aber auch Peelings mit Laser.

Welcher dieser kleinen Eingriffe hat Ihrer Erfahrung nach den größten positiven Effekt auf die behandelte Person und das Umfeld?

WM Der einfachste Eingriff mit dem positivsten Effekt ist die Oberlidkorrektur, das heißt die Beseitigung der Schlupflider. Das ist ein kleiner Eingriff mit großer Wirkung, der ambulant mit örtlicher Betäubung durchgeführt wird. Heraus kommt ein frischer Gesichtsausdruck, ohne dass es operiert aussieht. Der Kostenpunkt beträgt 3.000 Euro. Dieser Eingriff wird an der Bodenseeklinik täglich durchgeführt.

Sagen Sie, können Sie eigentlich noch auf die Straße gehen, ohne überall Schönheitsdefizite zu sehen?

WM Von mir aus kann jeder bleiben, wie er ist. Ich trenne Berufliches völlig von Privatem. Privat bin ich ein bodenständiger Mensch, der den Bodensee liebt und hier verwurzelt ist. Natürlich gehe ich hin und wieder auf Partys, aber je älter ich werde, desto differenzierter stehe ich zu dem Ganzen. Auch, weil ich sehe, dass Internet, TV- und Printmedien die Gesellschaft immer mehr auseinanderdriften lassen. Jeder ist heute gegen jeden. Wenn wir uns nicht mal wieder auf normale Werte besinnen und menschlicher miteinander umgehen, dann wird sich die Menschheit selber umbringen.

Das heißt, die Schönheitsbilder aus Werbung und Lifestyle sind Ihnen ein Graus?

WM Wenn das Schönheitsbild zum Schönheitswahn bei jungen Menschen wird, dann ist das negativ. In vielen Sendungen wird die Schönheit glorifiziert und gleichgesetzt mit Erfolg und einem glücklichen Leben. Schöne Menschen sind aber genauso unglücklich wie hässliche Menschen und umgekehrt. Nur schön zu sein, reicht nicht zum Erfolg. Wichtig ist, was man im Kopf hat, und nicht das Äußere. Leider kommt dieser Umstand in der Werbung nicht rüber und deshalb haben Jugendliche oft ein verzerrtes Bild von der Schönheit.

Wenn Sie merken, dass ein potenzieller Patient einem solch verzerrten Schönheitsbild hinterherrennt, verweigern Sie dann die Operation?

WM Ja. Etwa 8 bis 9 % meiner Anfragen lehne ich ab. Wenn ich zum Beispiel sehe, dass die Erwartungshaltung zu groß ist, dass jemand ein anderer Mensch werden will oder dass er Bilder von einem Star mitbringt. Oder dass er eine Ehe oder Beziehung retten will. Das sind schließlich Dinge, die man mit der Schönheitschirurgie nicht erreichen kann. Attraktivität heißt auch positive Ausstrahlung. Wenn man Sport treibt, einen fitten Körper hat, aber vielleicht eine etwas schiefe Nase, dann spielt das überhaupt keine Rolle. Trotzdem fallen psychisch Auffällige immer wieder durchs Raster und machen einem das Leben schwer. Die klagen dann und machen den Chirurgen verantwortlich für ihr Seelenheil. Das ist der negative Aspekt meines Berufes.

Mit welchen Bildern kommen die Menschen denn zu Ihnen? Mit Heidi Klum oder George Clooney?

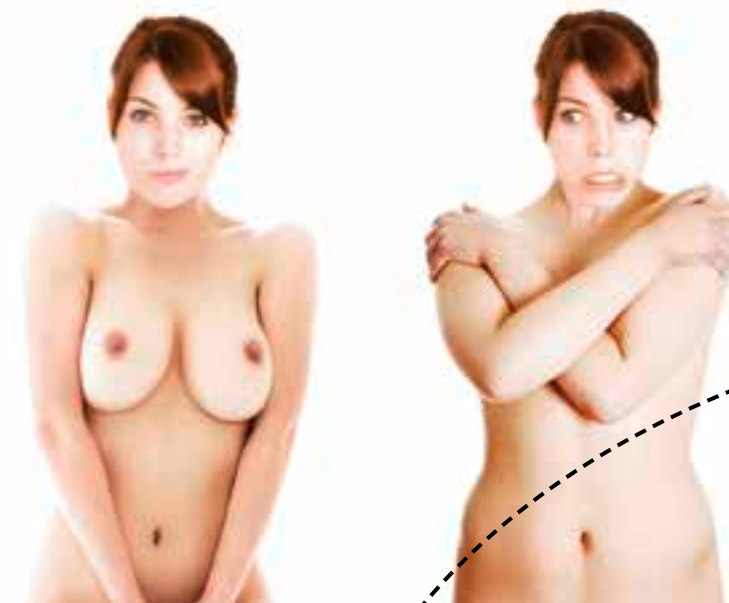
WM Nun, das wechselt natürlich. Je nach Werbung. Und da sind natürlich auch die Sender schuld. Wo Jugendliche ja schon programmiert werden sollen: Wenn du gut aussiehst, hast du mehr Chancen, beruflich wie privat. Und bei den Männern werden dann Bilder von Brad Pitt oder George Clooney mitgebracht. Bei den Frauen Claudia Schiffer, Heidi Klum oder Jennifer Lopez. Was natürlich nicht machbar ist. Aber das zeigt einfach die kranke Welt, in der wir uns bewegen.

Aber es ist ja schon so, dass schöne Menschen besser verdienen und sogar vor Gericht die mildereren Urteile bekommen.

WM Ja natürlich. Das hat ja in der Antike auch schon Platon beschrieben. Schöne Menschen haben es leichter. Mädchen, die blond und süß sind, bekommen bessere Noten als hässliche Kinder. Schlanke, große Männer mit vollem Haupthaar und gepflegtem Aussehen haben bessere Aufstiegschancen als dicke, kleine Männer mit Glatze. Das zieht sich durchs ganze Leben. Aber man darf das eben nicht so überbewerten. Wir leben in einer Gesellschaft, wo das etwas überbewertet wird. Die Schönheitschirurgie ist ein Spiegel unserer Gesellschaft. Wir werden immer oberflächlicher, die Medien stellen uns meist nur schöne und perfekte Menschen vor. Aber schöne Menschen haben es nicht immer einfacher, sie werden auch oft beneidet und haben psychische Probleme. Ich würde sagen, dass attraktive Menschen, die intelligent sind und Power haben, beruflich und privat große Vorteile haben.

In Ihrem Buch plädieren Sie für Schönheits-OPs auf AOK-Kosten. Mit welchen Argumenten möchten Sie die AOK denn überzeugen?

WM Wenn heute ein Mädchen eine Höcker-Langnase hat und ein fliehendes Kinn und mit 16 die Schule abbricht, weil sie Depressionen hat und in psychologischer Behandlung ist. Oder wenn ein Mädchen völlig



„Natur ist schöner, als wenn man alles künstlich macht.“

ungleiche Brüste hat, sich nicht auszieht, Partnerschaftsprobleme hat, sich nicht ins Schwimmbad traut und so weiter. Dann kostet es die Gesellschaft wesentlich mehr, wenn dieses Mädchen nicht mehr arbeitet und stattdessen ewig in psychologischer Behandlung ist, als wenn man bei solchen psychologischen Extremfällen auf Krankenkassenkosten operiert. Denn dann ist dieser Mensch beruflich und privat viel aktiver und gibt viel mehr zurück.

Neben diesen „zeitlosen Fällen“ gibt es ja auch immer neue Schönheitstrends.

Was ist denn derzeit angesagt?

WM Also meine Arbeit unterliegt nicht den Schönheitstrends. Ich praktiziere ganz normale ästhetische Chirurgie. Nach Vorbild der Antike. Den ganzen Schönheitswahn und -irrsinn, den lehne ich sowieso ab. Bis 1945 war das Schönheitsbild ja immer das gleiche. Der David von Michelangelo, die Venus von Milo oder Nofretete. Doch nach 1945 hat sich das etwas verändert. Durch die Print- und TV-Medien. Da kam zuerst Brigitte Bardot mit ihren großen Brüsten, ihrer kleinen Nase und den vollen Lippen. Später kam Twiggy. Da haben dann wieder alle Jugendlichen abgenommen und wollten schlank sein. Danach kam die Claudia-Schiffer-Ära. Und dann wieder diese Magermodels, die ja schon fast krank aussehen. So ändert sich das. Aber ich persönlich sehe jetzt keinen neuen Trend. Ich sehe eher den Trend zur Normalität.

Zur Normalität? In Amerika boomt gerade die Vaginal-Chirurgie.

WM In Amerika sind die Leute eh verrückter. Die Schönheitschirurgen spritzen sich selbst schon Botox und schneiden Rippen raus, damit die Taille schmäler ist. Manche operieren Mittelfußknochen raus, damit die High Heels besser passen. Auch das ist ein Spiegelbild der Gesellschaft. Und zwar kein gutes.

Wie steht es eigentlich mit Ihnen? Sind Sie zufrieden mit Ihrem Äußeren?

Oder was würden Sie gern optimieren?

WM Ich habe nie an irgendwelche Operationen gedacht. Ich fühle mich wohl, wie ich bin. Gesundheit geht vor Schönheit. Das sage ich auch meinen Patienten. Es kann viel passieren. Auch der beste Schönheitschirurg hat nicht nur zufriedene Patienten. Bei mir sind 1 bis 3 % unzufrieden. Nicht, weil etwas schiefgegangen ist, sondern weil sich die Patienten mehr erhofft hatten. Oder eine Narbe bekommen. Genau deswegen hat die ästhetische Chirurgie immer mehr ein Problem. Weil die Menschen Ansprüche haben, die wir gar nicht mehr erfüllen können.

„In Amerika sind die Leute eh verrückter.“

Schönheitschirurg ist also kein Traumberuf mehr?

WM Also ich kann meinen Kindern nicht empfehlen, Medizin zu machen, in der heutigen Zeit. Weil die Anspruchshaltung zu hoch ist. In der Öffentlichkeit wird immer mehr auf die Mediziner geschimpft. Die Ärzte machen ja nicht absichtlich Fehler. Anwälte und Patienten allerdings werden immer aggressiver, so dass kaum noch Absolventen Chirurgie machen wollen. Wenn einer zum Architekten geht und da mal was passiert, dann ist das Geschrei nicht so groß. Der Arztberuf ist undankbar geworden, weil die ganze Welt undankbar geworden ist. Sie merken, ich sehe schon die abendländische Kultur verfallen wie das Römische Reich. Es geht nur noch um Äußerlichkeiten, es gibt keinen Zusammenhalt mehr. Dann diese Diskussion „Arm gegen Reich“. Wir Ärzte sind doch Leistungsträger, die große Verantwortung haben. Aber eben auch viel Stress und Ärger.

Warum tun Sie sich das dann noch an?

WM Ich mache ja auch viel „Reparaturchirurgie“ – etwa 20 %. Das macht mir auch am meisten Freude. Und ich bin mit Leidenschaft Gesichtschirurg. Das Gesicht interessiert mich am meisten. Und ich kann helfen. Die Leute aus Amerika kommen zu mir und wollen wieder normal ausschauen. Das heißt die Lippen wieder normal. Ein Lid lockern. Oder Megabrüste verkleinern. Das ist alles etwas schwieriger. Aber der Trend geht schon wieder hin zur Normalität.

Lippen richten, Lid lockern: Wie viele OPs machen Sie denn so am Tag?

WM Ja, jetzt im Sommer etwas weniger. Da wollen viele Leute natürlich keine Verbände haben. Aber normalerweise machen wir etwa 1.500 Behandlungen im Jahr.

In der Lobby habe ich einen Wegweiser zum Hörsaal entdeckt. Unterrichten Sie in der Klinik?

WM Ja, wir haben einen Hörsaal, in den wir auch direkt vom OP-Saal aus übertragen. So dass junge Ärzte hier Kurse machen können. Ich habe ja auch das Handbuch der Schönheitschirurgie geschrieben. Und da hab ich als Erster alle elf Schönheitsoperationen dargestellt, das heißt Haartransplantation, Oberlid-, Unterlid-, Nasenkorrektur, Face-lifting, Ohranlegung, Brustvergrößerung, Bruststraffung, Bauchdeckenstraffung, Oberarm- und Oberschenkelstraffung. Dafür hat ein Zeichner ein Jahr lang hinter mir gesessen und die ganzen anatomischen Bilder skizziert. Zusätzlich gab es ein Videoteam, das eine CD zum Buch gemacht hat. Das ist laut Springer Heidelberg das erfolgreichste und meistverkaufte Buch zur ästhetischen Chirurgie. Und wahrscheinlich ist so ein Lehrbuch dann auch das Einzige, was von einem übrigbleibt.

Neben all den Artikeln, die hier hängen. Und den ganzen Bezeichnungen, die man für Sie erfunden hat: Schönheitspapst. Oder Falten-Terminator.

Gefällt Ihnen das eigentlich, so genannt zu werden?

WM Ich kann damit umgehen. Früher hat mich das eher aufgeregt. Heute bin ich da gelassener.

INTERVIEWERIN \ Claudia Polster



VITA

Prof. Dr. Werner Mang, Jahrgang 1949, ist Leiter der Bodenseeklinik und gilt als Pionier der Schönheitschirurgie in Deutschland. Er ist Gründungspräsident der Deutschen Gesellschaft für Ästhetische Chirurgie sowie Präsident der Internationalen Gesellschaft für Ästhetische Medizin. Mang hat mehr als 200 Fachpublikationen veröffentlicht und als Operateur in den letzten 30 Jahren über 20.000 kosmetische Eingriffe selbst durchgeführt.

www.bodenseeklinik.de



Schönheit in der Werbung

Warum die Realität in der Werbung keinen Platz hat

Die Rufe nach „echten“ Frauen werden lauter

Es gibt kaum ein Plakat, von dem sie nicht herunterlächeln: die Schönheiten der Werbeindustrie. Sie sind makellos. Dank perfektem Styling, weichem Licht und dem Einsatz aktueller Photoshop-Tools. Kann und will sich eine Rezipientin tatsächlich mit diesem Bild identifizieren? Welche Konsequenzen hätte eine Änderung des bestehenden Frauenbildes in der Werbung?



Elisabeth Herdin
Verlag: VDM VERLAG DR. MÜLLER
ISBN: 978-3-639-27404-2



Verlogene Schönheit

Vom falschen Glanz und eitlen Wahn

Spieglein, Spieglein ...

Schlauchbootlippen, Monsterbrüste, Wespentaille – die Schönheitschirurgie treibt erschreckende und gesundheitsgefährdende Blüten. Professor Werner Mang schlägt Alarm angesichts der widernatürlichen Entwicklungen. Er plädiert für körperlich und seelisch heilsame Schönheitschirurgie. Und rechnet dabei mit der eigenen Zunft ab.



Werner Mang
Verlag: C. BERTELSMANN
ISBN: 978-3-641-03690-4



Die Macht der Schönheit

Über die Spur des Schönen von den Griechen bis heute – und wieder zurück

Die Wiederkehr des Schönen. Auf allen Kanälen ...

Die Macht der Schönheit ist so unbestreitbar wie skandalös: Süße Babys erhalten mehr Aufmerksamkeit von ihren Müttern als vergleichsweise hässliche, hübsche Kinder bekommen bessere Schulnoten, gut aussehende Kriminelle werden seltener angeklagt und milder bestraft, ja schöne Menschen gelten nicht nur als zufriedener, geselliger, sympathischer und erfolgreicher, sondern sogar als intelligenter, fleißiger und kreativer.



Cathrin Grunwald, Raimar Zons (Hrsg.)
Verlag: WILHELM FINK VERLAG
ISBN: 978-3-770543-10-6



Zahlen zum Staunen 2014

Unsere Welt in überraschenden Statistiken

Schöne Zahlen und Infografiken

23% der Deutschen haben schon einmal ihren Hochzeitstag vergessen, 83 Millionen alte Handys liegen ungenutzt in unseren Schubladen und den teuersten Schnaps gibt es in Schweden. In diesem Kalender gibt es viele überraschende Daten und Fakten zu entdecken. Informativ, anschaulich und unterhaltsam: Infografiken und Statistiken aus den Bereichen Gesellschaft, Kultur, Politik, Sport u. v. m.



Sonja Heller, Dorothee Pilavas
Verlag: HARENBERG
ISBN: 975-3-8400-1043-9



WWW.B-2-B.DE

Impressum

HERAUSGEBER

RTS Rieger Team Werbeagentur GmbH
Stuttgart: Bunsenstr. 7-9
70771 Leinfelden-Echterdingen
E-Mail: info@rts-riegerteam.de
Düsseldorf: Schanzenstraße 20a
40549 Düsseldorf
E-Mail: agentur@rts-riegerteam.de

www.rts-riegerteam.de
E-Mail: magazin@b-2-b.de
B2B-Blog: www.b-2-b.de

REDAKTION

Jörg Dambacher (V.i.S.d.P.),
Stephan Fuß, Katrin Holtzwarth,
Mona Krebs, Giovanni Perna,
Claudia Polster, Christina Rahmes

TITELFOTO

Dominik Obertreis (für Samsung)

WEITERE FOTOGRAFEN

Giovanni Perna

GESTALTUNG

Boris Pollig, Martha Lischka,
Stephanie Kullik (Artikel: „Lunch“),
Sabine Terzoglou (Artikel: „Vorher –
nachher“), Stefanie Walkenfort
(Artikel: „Leitartikel“, „Formel der
Schönheit“, „Schöne Texte“)

SATZ

Anja Behrmann

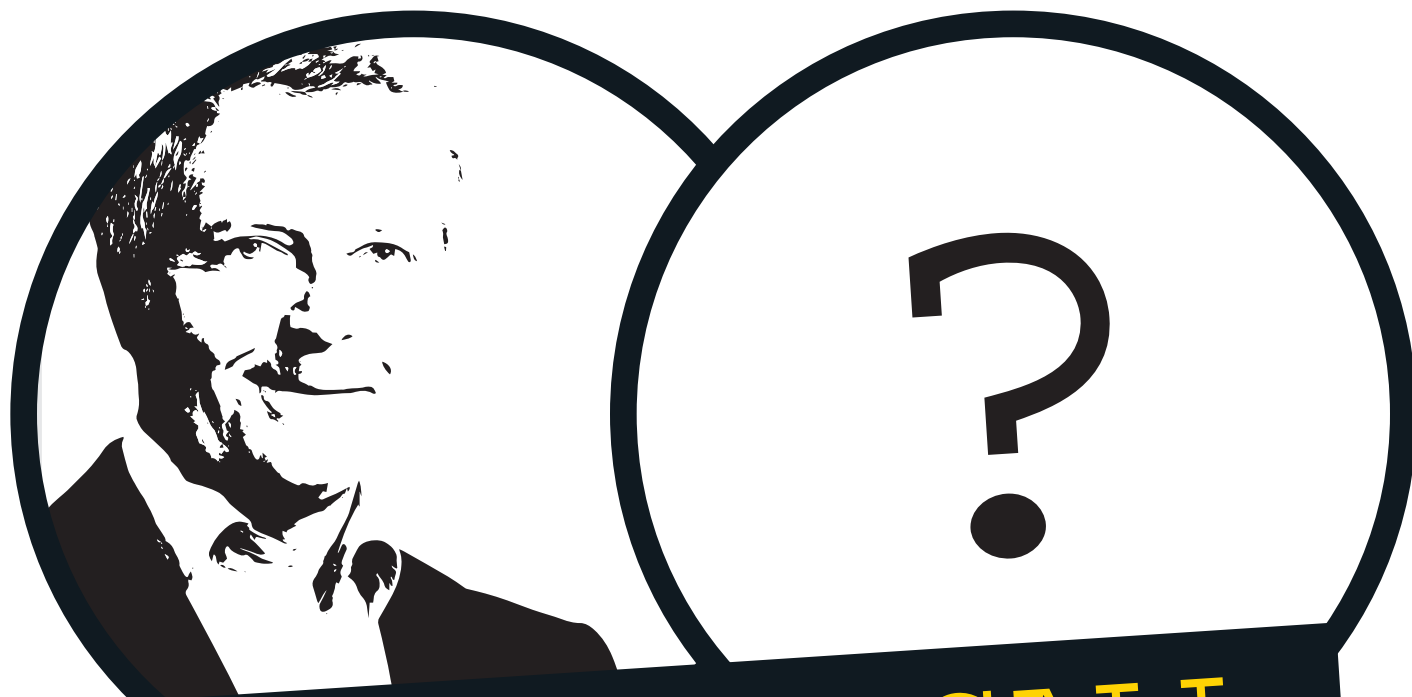
PRODUKTION

JUNG PRODUKTION, Stuttgart

Beiträge, die mit Namen gekennzeichnet sind, stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Nachdruck, auch auszugsweise, sowie anderweitige Vervielfältigung sind nur mit Zustimmung des Herausgebers gestattet. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Herausgebers strafbar. Alle Rechte vorbehalten.

© by RTS Rieger Team Werbeagentur GmbH

IM GESPRÄCH MIT STEPHAN HEINRICH



SALES-UP-CALL

2 EXPERTEN // 1 STUNDE // 0 BULLSHIT

60 MINUTEN KLARTEXT MIT PROFIS IM VERTRIEB

09.10.2013 // Stéphane Etrillard // Souveränität

23.10.2013 // Andreas Bornhäußer // Charisma

06.11.2013 // Silvia Ziolkowski // Zukunftsentwicklung

20.11.2013 // Joachim Rumohr // XING im Vertrieb

04.12.2013 // Marinda Seisenberger // International Business

18.12.2013 // Heike Reising // Kundenorientierung

www.sales-up-call.de