

# Spriztour



**Botox to go: Die Schönheitsbehandlung  
zwischen durch gilt als schneller, billiger  
Kick gegen Alterserscheinungen.  
Hinter den Kulissen einer Boombranche.**

TEXT SIMONE SALDEN

FOTOS TABEA MATHERN

**KÖLN-MÜLHEIM IST VIELLEICHT** nicht die erste Adresse, wenn man sich auf die Suche nach der ewigen Schönheit begibt, dennoch hat sie hier ein festes Zuhause.

Direkt am Clevischen Ring, zwischen Discountern, Sonnenstudios und einem Schnäppchenmarkt für Elektrogeräte, residiert die Schönheitsklinik Mc Aesthetics. Die Fassade des Eckgebäudes ist verspiegelt, unten im Haus hat sich eine Shisha-Bar eingemietet. Empfang und Wartebereich erinnern eher an eine Hotellobby denn an eine Arztpraxis: schwarze Ledersessel, Hochflorteppich, Flachbildfernseher. Und eine Nespressomaschine. Man muss an George Clooney denken und seine Rolle in „Emergency Room“. Und dann kommt Doktor Altintas.

Wenn ein Privatsender einen Fernseharzt casten wollte, würde er einen wie Ahmet Ali Altintas sofort unter Vertrag nehmen. Groß, breite Schultern, Hipster-Hornbrille, karierte Burlington-Socken zum weißen Arztkittel. Auf seinem Schreibtisch stehen zwei Spiegel, hinter ihm hängen gerahmte Bescheinigungen für medizinische Fortbildungen – allerdings verkehrt herum.

Altintas ist Facharzt für Plastische und Ästhetische Chirurgie, er hat aber auch Betriebswirtschaftslehre studiert und 2014 Mc Aesthetics gestartet. Unter diesem Namen laufen noch weitere Dependancen in Istanbul, Dubai und Moskau. Der Doktor entstammt einer Dynastie von Schönheitschirurgen, die halbe Familie sei im Beautybusiness tätig, erzählt Altintas. „Mc Aesthetics – Mach(t) dich schöner“ lautet sein Slogan.

Dass der Firmenname nach Fast-Food-Kette klingt, ist kein Zufall. Die überwiegend jungen, überwiegend weiblichen Patienten sind mit McDonald's und Coffee to go groß geworden. Für sie ist es kein großer Schritt zu einer Portion „Botox to go“ oder einem „Lunchtime-Treatment“ mit Fillern in der Mittagspause.

Mit Botulinumtoxin erste Stirnfalten wegzaubern, mit Hyaluronsäure oder Eigenfett Lippen und Wangen aufpeppen: Minimalinvasive Schönheitsbehandlungen liegen im Trend. Botox etwa wird immer öfter schon präventiv gespritzt. Weltweit setzt allein der Pharmakonzern Allergan knapp drei Milliarden Dollar pro Jahr mit dem Nervengift um. Die Deutsche Gesellschaft für Ästhetische und Plastische Chirurgie (DGÄPC) hat ermittelt, dass hierzulande Behandlungen mit Hyaluronsäure und Botox bereits 40 Prozent aller ästhetischen Behandlungen ausmachen. Tendenz steigend.

Der Boom treibt den Wettbewerb nach oben und die Preise nach unten. Entsprechen-

de Behandlungen werden schon ab 99 Euro beworben, es gibt Flatrate- und XXL-Tarife. Was in den USA, Südkorea oder Brasilien schon lange als normal gilt, hat auch in Deutschland sein Stigma verloren. „Botox und Co. sind kein gesellschaftliches Tabu mehr“, erklärt Paula-Irene Villa. Im Gegenteil.

Die Soziologin von der Universität München forscht seit vielen Jahren zum Thema „Baustelle Körper“ und dazu, wie die Geschlechter mit dem Wunsch nach ewiger Schönheit und Jugend umgehen. Die Wissenschaftlerin hat beobachtet, dass es heute nicht nur akzeptiert, sondern in manchen Kreisen sogar regelrecht erwartet wird, dass man seinen Körper selbst aktiv gestaltet. Durch die richtige Ernährung. Durch Sport. Durch Kosmetik. Und eben auch durch entsprechende chirurgische Eingriffe.

Wenn das Alter seinen Tribut fordert, dann ist es fast schon selbstverständlich, dem Aussehen professionell nachhelfen zu lassen. Sei es bei dunklen Augenringen, Fältchen an der Oberlippe, Krähenfüßen, Altersflecken, geplatzten Äderchen, Zornesfalten, Hängebäckchen, Doppelkinn oder runzligem Dekolleté. Dabei soll das optimierte Antlitz natürlich aussehen – aber man darf ruhig merken, dass da jemand in sich selbst investiert hat. „Jugendlichkeit bedeutet heute ja vor allem, dass man fit im Sinne von leistungs- und arbeitsfähig ist“, erklärt So-

ziologin Villa. So wollen auch die Deutschen immer älter und älter werden – nur alt sein, das will niemand. „Wir altern ab dem Tag unserer Geburt“, sagt Villa, „aber der Wille, diesen natürlichen Prozess zu stoppen, beginnt immer früher.“

Altintas aus Köln sieht seine Patientinnen schon mit gut 26 Jahren zum ersten Mal. „Früher kam eine Patientin vielleicht mit Ende Fünfzig zu einem Schönheitschirurgen“, erzählt der Beautyunternehmer. „Dann hat man ein Facelift gemacht und die Patientin meist nie wiedergesehen.“ Seine aktuellen Kundinnen feiern bei ihm ihren Junggesellinnenabschied mit einer Botox-Party oder leisten sich mit dem ersten Gehalt vollere Lippen. „Im Idealfall begleite ich eine Patientin nun ihr ganzes Leben lang“, sagt Altintas.

**SEIN ANGEBOT** ist perfekt abgestimmt auf die junge Klientel und ihre Sprache. Die Mc-Aesthetics-Homepage bietet einen Preiskalkulator, eine Zufriedenheitsgarantie und duzt alle Interessenten konsequent. Es gibt einen 24-Stunden-Livechat, viele Behandlungen werden mithilfe eines 3-D-Programms simuliert. „Wir sind auf Facebook, Snapchat, Instagram“, erklärt der Arzt, „wir sind überall dort, wo auch die jüngeren unserer Kunden sind.“ Die Generation Selfie entpuppt sich als perfekte Stammkund-





## „Die Vorbilder kommen aus Hollywood, man sieht sie in den sozialen Medien, das macht die Menschen neugierig.“

schaft. „Frauen jeden Alters sind heute einem starken Druck zur Perfektion ausgesetzt“, sagt Ute Mühlenz-Krischer. Die Fünfzigjährige ist Kosmetikerin in München-Schwabing. Seit 33 Jahren schaut sie ihren Kunden auf die Haut und in die Seele.

**DAS THEMA BOTOX** ist auch aus ihrem Praxisalltag nicht mehr wegzudenken. Nicht weil sie selbst solche Behandlungen anbietet – die ist in Deutschland Ärzten vorbehalten. Aber es nehmen immer mehr Kunden auf ih-

rem Behandlungsstuhl Platz, die sich regelmäßig mit Botulinumtoxin oder Hyaluronsäure verschönern lassen. Inzwischen kommt es Mühlenz-Krischer oft so vor, als leiste sie die psychologische Vor- und Nachbehandlung zur Verjüngungsspritze, für die sich der Arzt keine Zeit mehr nimmt.

Für manche Mediziner ist das Spritzen nur ein besonders gut bezahlter Fünf-Minuten-Job. Dann ist die Stirn glatt, die Nasolabialfalte aufgefüllt. Doch Mühlenz-Krischer weiß, damit ist das Altern nur äußerlich und

nur für kurze Zeit gestoppt. Die Münchnerin ist alles andere als eine Gegnerin von Schönheits-OPs: „Aber jeder sollte sich klar machen: Die wahren Probleme, die mit dem Alterungsprozess einhergehen, die kann man nicht einfach wegspritzen.“

Mühlenz-Krischer weiß, wovon sie spricht, sie hat es selbst ausprobiert. Für ein Fest ließ sie sich vor drei Jahren das erste Mal die Marionettenfalte am Mundwinkel unterspritzen. Die Behandlung war falten-technisch ein glatter Erfolg. Aber sie musste wochenlang ein großes Hämatom über-schminken, das durch die Einstiche entstanden war.

Eine typische Nebenwirkung, die gar nicht selten vorkommt, vor allem bei der ersten Behandlung. Dazu war ihr Mann verschnupft, dass sie nicht im Vorfeld mit ihm darüber gesprochen hatte. „Es gibt mitunter eben doch gewisse Nebenwirkungen“, sagt Mühlenz-Krischer, „solche Behandlungen sollte man daher niemals einfach zwischen Sushi und Gym machen lassen.“

Die Schönheitsexpertin empfindet manche Werbung für die Anti-Aging-Spritze zwischendurch als gefährlich verharmlosend. Als Kosmetikerin hat sie in den vergangenen Jahren beobachtet, wie sich das Schönheitsideal durch Botox und Co. rasend schnell verschiebe. Mit Botox kann man schließlich nicht nur Lebensspuren, sondern auch Gefühle verstecken: „Botox nimmt dem Gesicht die Falten, aber eben auch einen Teil der Ausdruckskraft“, sagt Mühlenz-Krischer. „Am Ende ist es immer auch ein Geschäft mit der Angst.“

Bei M1-Med-Beauty, einem der führenden Unternehmen, sieht man das selbstredend anders. „Unsere Aufgabe besteht nicht darin, Überzeugungsarbeit zu leisten und jeden behandeln zu müssen“, erklärt Geschäftsführer Patrick Brenske. Botox sei „einfach ein gesellschaftlicher Trend, die Vorbilder kommen aus Hollywood, man sieht sie jeden Tag in den sozialen Medien, das macht die Menschen neugierig“.

Dass Journalisten deshalb neugierig sind auf einen Blick hinter die Kulissen der Praxiskette, dafür hat man in Berlin-Köpenick allerdings weniger Verständnis. Wer die Geschäftsführer um ein Interview bittet, bekommt als Erstes eine Antwort aus der prominenten Anwaltskanzlei Schertz Bergmann. Erst nach langer Überzeugungsarbeit bittet man dann doch zur Stippvisite in die Grünauer Straße nach Berlin-Köpenick.

Hier hat M1-Med-Beauty seine größte Niederlassung. 35 Betten, sechs OP-Säle, von

den besten Zimmern blickt man direkt auf die malerische Dahme, die unweit in die Spree mündet. Die „Schlossklinik“ verdankt ihren Namen wohl vor allem ihrer räumlichen Nähe zum Köpenicker Barockschloss – das Gebäude selbst ist ein schmuckloser moderner Zweckbau, der auch eine Versicherung beherbergen könnte.

Die Geschäftsführer von M1-Med-Beauty sind nicht nur Herren über die Schönheit, sondern vor allem über die Zahlen. Als könnte man Seriosität und Transparenz in Ziffern messen, rattert auf der Website ein nimmermüder Zähler:

Behandlungen: 180 000+  
 Facebook-Likes: 132 000  
 Instagram-Follower: 29 500  
 Ärzte: 40+  
 Fachzentren: 14

**DIE KLINIKLEITUNG** besteht aus smarten Ökonomen, die keinen Zweifel daran aufkommen lassen wollen, dass es sich bei M1-Med-Beauty um ein lukratives Geschäftsmodell handelt. Schließlich ist das Unternehmen börsennotiert – Jahresumsatz 2016: 36 Millionen Euro. Man verzeichne in den M1-Med-Beauty-Zentren deutschlandweit rund 1000 Terminanfragen am Tag. Rund 50 000 Einzelbehandlungen mit Botox oder Hyaluronsäure wurden 2016 durchgeführt. Vor der Gründung standen detaillierte Marktstudien. Als man 2013 startete, habe man den Schönheitsmarkt in Deutschland auf rund 750 Millionen geschätzt, sagt Patrick Brenske.

Der 33-Jährige im dezenten dunkelblauen Anzug hat seine Karriere in der Pharmabranche begonnen. „Wir haben gesehen, dass sich 99 Prozent der Anbieter auf das

höchste Preissegment fokussieren, was unserer Ansicht nach nur ein Prozent des potenziellen Marktes ausmacht. Wenn sich die Preise deutlich reduzieren, kann sich die Nachfrage vervielfachen.“ Gesagt, getan.

Deshalb gibt es bei M1-Med-Beauty „schöne Haut“ für 99 Euro und „volle Lippen“ ab 125 Euro. Das „Mittertags-Special“ bietet „10 Prozent auf alle OPs bis zum 31.8.2017“.

Die günstigen Preise könne man vor allem anbieten, weil der Einkauf aller Produkte zentral gesteuert wird. So könne man mit den Pharmaunternehmen bessere Konditionen verhandeln. „Wir haben den Markt demokratisiert“, sagt Brenske nicht ohne Stolz, „heute sind Schönheit und ein jugendliches Aussehen für jedermann erschwinglich.“ Zur Not auf Raten: Auf der Website findet sich der entsprechende Finanzierungs-Link.





Mehr als 40 spezialisierte Fachärzte arbeiten inzwischen für die M1, als nächstes steht eine Eröffnung in Essen auf dem Expansionsplan. „Aufgrund der hohen Spezialisierung machen die Ärzte der M1 in einem Jahr so viele Behandlungen wie woanders in zehn“, sagt Brenske. Das lockt viele Mediziner, die sich darüber hinaus nicht um Abrechnungen oder Kundenakquise kümmern wollten. Angeblich könne man sich vor Bewerbern kaum retten. „Inzwischen sind wir eine echte Marke.“

In der Tat klagt die Konkurrenz hinter vorgehaltener Hand darüber, dass M1-Med-Beauty derzeit „den Markt leer kaufe“. Nur wie lange der Deal für die angestellten Ärzte attraktiv ist, kann derzeit keiner sagen.

„Für junge Ärzte ist das vielleicht eine gute Möglichkeit, schnell Erfahrung zu sammeln“, sagt Torsten Kantelhardt, „aber kein gestandener Plastischer Chirurg mit einem guten Ruf würde sich doch längere Zeit in eine solche wirtschaftliche Abhängigkeit begeben.“

Kantelhardt ist keiner, der den Berlinern ihr Stück vom Anti-Aging-Geschäft neiden müsste. Der 50-Jährige leitet eine Praxisklinik am Tegernsee, seit 2016 ist er Präsident der Deutschen Gesellschaft für Plastische und Ästhetische Chirurgie. Er fürchtet vielmehr um den Ruf seiner ohnehin misstrauisch beäugten Branche. „Die Nachfrage nach solchen minimalinvasiven Behandlungen steigt, und damit fallen die Preise“, erklärt Kantelhardt, „kritisch wird es allerdings da, wo Geschäftemacher das schnelle Geld wittern und mit regelrechten Dumpingpreisen den Markt fluten.“

Seit Jahren drängen immer mehr Dermatologen und Allgemeinmediziner in das Segment. Die Margen bei den Anti-Aging-Präparaten sind verlockend hoch, die Kundenschaft ist treu. Eine zufriedene Kundin kommt meist immer wieder, da der Effekt nach ein paar Monaten nachlässt und die Falten zurückkommen.

**DAS GRUNDPROBLEM:** „Schönheitschirurg“ ist kein geschützter Begriff. Er sagt nichts über die medizinische Spezialisierung eines Arztes aus. Auch Heilpraktiker kassieren beim Beautyboom kräftig mit. Obwohl ihre Ausbildung nur wenige Monate dauert, dürfen sie Spritzen verabreichen, also auch das rezeptfreie Hyaluron injizieren, allerdings kein Botox. Genau wie die Zahnärzte, die nur Hyaluron im Mundbereich verwenden dürfen.

Auch wenn das Nervengift Botulinumtoxin für Schönheitsbehandlungen nur in geringer Dosierung verwendet wird, kann es



## „Kritisch wird es da, wo Geschäftemacher mit Dumpingpreisen den Markt fluten.“

sich im schlimmsten Fall durch die Injektion im Körper ausbreiten und etwa zu Atem- und Schluckbeschwerden führen. Auch Todesfälle sind bekannt, zum Beispiel aufgrund eines anaphylaktischen Schocks.

Der DGÄPC-Präsident rät allen Interessierten, zuerst ein Vertrauensverhältnis zum behandelnden Arzt aufzubauen. „Jeder sollte sich so ausführlich wie möglich informieren, es geht hier schließlich nicht nur um einen Friseurbesuch“, resümiert Kantelhardt, auch wenn manche günstigen Angebote das implizieren. Jeder solle sich fragen: Weiß ich genau, welcher Arzt mich behandeln wird? Oder ist es jedes Mal ein anderer? Welche Qualifikation hat er?

Am Ende sollte man beim geringsten Zweifel das Weite suchen, sagt Kantelhardt, etwa wenn die Aufklärung von einer netten Sprechstundenhilfe durchgeführt wird und der Arzt nur kurz zum Spritzen reinschaut. „Das ist nicht seriös“, warnt er. Besonders kritisch sieht er saisonale Rabatte und Flatrateangebote: „Diese Lockangebote wecken Begehrlichkeiten, die vorher gar nicht da waren, und führen im schlimmsten Fall dazu, dass zu früh zu viel nachgespritzt wird und es dann zu Komplikationen kommt.“ Eine vermeintliche Schnäppchen-Behandlung kann den Patienten dann teuer zu stehen kommen.

Wie häufig das der Fall ist, lässt sich schwer beziffern. Da die Patienten die Anti-Aging-Behandlungen privat zahlen, müssen sie in der Regel auch für Folgeschäden wie hängende Lider oder schiefe Mundwinkel aufkommen. Einem Arzt einen konkreten Kunstfehler nachzuweisen, ist kompliziert und langwierig. „Wobei man in den meisten Fällen sowieso konkret wenig machen kann“, erklärt Mediziner Kantelhardt, „meist heißt es warten, bis die Wirkung des Gifts nach einigen Monaten von allein wieder nachlässt.“ So belastend das dann für die Betroffenen oft ist, der Chirurg macht klar: „Ein Gegenmittel zu Botox oder Hyaluronsäure gibt es nicht.“

**DIE MEISTEN LEIDEN** daher still. Und vielen Geschädigten ist es auch zu peinlich, dass sie auf ein billiges Lockangebot herein gefallen sind.

Falls man sich nach einem missglückten Eingriff in ärztliche Behandlung begeben muss, schreibt die Krankenkasse vor, den Patienten in angemessener Weise an den Kosten zu beteiligen. Die Ärzte müssen dann bei der Abrechnung mit den Kassen einen entsprechenden Code vermerken.

„Doch das kommt so gut wie nie vor“, sagt Gerhard Schillinger, Neurochirurg und Geschäftsführer beim AOK-Bundesverband. 2015 verzeichnete man bei 24 Millionen AOK-Versicherten gerade einmal 469 Patienten mit gesicherter Diagnose. Eine unrealistisch kleine Gruppe, gemessen an der steigenden Anzahl derartiger Behandlungen. Schillinger von der AOK schätzt die Dunkelziffer entsprechend hoch ein: „Die Komplikationen werden also privat bezahlt – oder aber die Ärzte ‚vergessen‘, den entsprechenden Code anzugeben.“

Der schöne Doktor Altintas aus Köln-Mülheim hat seine eigene Art, das Problem zu lösen. Er erklärt, Komplikationen seien bei einem erfahrenen Experten wie ihm äußerst selten, „und bei mir wird die Kundin so lange behandelt, bis sie zufrieden ist“.

Ansonsten bleibt immer noch der Fahrstuhl in das oberste Stockwerk seiner Praxisklinik. Dort hat die ehemalige Geschäftsführerin von Mc Aesthetics, Dileya Altintas, ihre Büroräume. Sie ist Anwältin. Spezialgebiet: Medizinrecht.

*Simone Salden fragte alle Chirurgen bei ihrer Recherche, ob sie selbst „schon mal was haben machen lassen“. Alle schüttelten nur lachend den Kopf.*