

Frankfurter Allgemeine

Magazin

NOVEMBER 2020

Kommt uns nahe

Wonen der Normalität
und die Sucht nach Perfektion:
Ein Heft über Schönheit



GABRIELLE. THE ESSENCE OF A WOMAN.

CHANEL

SPIEGEL DER SEELE

Kosmetik-Salons, Tattoo-Läden, Fitnessstudios – geschlossen. Der Yogalehrer – allenfalls über Zoom erreichbar. Die Pandemie bedroht Leben, Gesundheit und Existenzen. Darf man da über Beauty sprechen? Die Deutschen und ihr Verhältnis zu Schönheit, das ist ohnehin ein kompliziertes Thema. Wir belächeln sie, weil sie banal sein kann, und wir kritisieren sie, weil sie absurde Standards setzt. Natürlich hat beides Berechtigung. Aber schon der erste Lock-down im Frühjahr hat gezeigt, welche Bedeutung ein Besuch beim Friseur haben kann, und dass es sich zum Beispiel mit geschnittenen Haarspitzen oder Graubdeckung ein bisschen besser lebt. Vielleicht bringt es also etwas, in dieser zweiten Zeit der Beschränkungen, in der wir uns mal wieder nicht nach Belieben formen können und niemand an uns feilen darf, auch über diese Frage nachzudenken: Wie viel Selbstoptimierung braucht es wirklich, und was von alledem trägt eben doch zum Seelenfrieden bei? Mit diesem Magazin, das zum Thema Schönheit zweimal im Jahr der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung beiliegt, suchen wir nach Antworten. Sabine Hoffmann spricht mit Frauen, deren Wohlbefinden sich unter Berücksichtigung aller Risiken erst nach der kosmetischen Operation verbessert hat. Elisabeth Wagner schreibt darüber, wie sie mit ihrer eigenen Haut Frieden schloss. Matthias Kreienbrink taucht für einen Moment in die Dragkultur ein und schildert, was sich mit Make-up im Gesicht verändern kann. Und der Soziologe Robert Gugutzer analysiert die zunehmende Sportsucht, an deren Anfang für Betroffene häufig abwertende Kommentare über den eigenen Körper stehen. Unser Heft zeigt also auch: Schön ist das nicht immer mit der Schönheit. Ein Grund, warum wir all die Coaches, Trainer und Therapeuten hin und wieder brauchen. Bis sie wieder bereitstehen dürfen, bleibt nur der Blick in den Spiegel – und vielleicht in dieses Magazin. *Jennifer Wiebking*



HOFACKER
www.goldschmiede-hofacker.de

Verantwortlicher Redakteur:
Dr. Alfons Kaiser

Redaktionelle Mitarbeit:
Julia Anton, Kathrin Bierling, Johanna Dürholz, Claus Eckert, Sebastian Eder, Leonie Feuerbach, Prof. Dr. Robert Gugutzer, Sabine Hoffmann, David Klauert, Matthias Kreienbrink, Ben Kuhlmann, Céline Plag, Susanne Preuß, Barbara Russ, Lyon Schmidt, Peter-Philipp Schmitt, Sabine Spieler, Bernd Steine, Elisabeth Wagner, Jennifer Wiebking, Maria Wiesner

Bildredaktion:
Henner Flohr

Art-Direction:
Holger Windfuhr, Tobias Stier (Stv.)

Layout:
Verena Lindner

E-Mail Redaktion:
magazin@faz.de

Alle Artikel werden exklusiv für das „Frankfurter Allgemeine Magazin“ geschrieben. Alle Rechte vorbehalten. © Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt am Main.

Eine Verwertung dieser urheberrechtlich geschützten Redaktionsbeilage sowie der in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen, besonders durch Vervielfältigung oder Verbreitung, ist – mit Ausnahme der gesetzlich zulässigen Fälle – ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Besonders ist eine Einspeicherung oder Verbreitung von Inhalten aus dem Frankfurter Allgemeine Magazin in Datenbanksystemen, zum Beispiel als elektronischer Pressespiegel oder Archiv, ohne Zustimmung des Verlags unzulässig.

Wenn Sie Artikel dieses Magazins nachdrucken, in Ihr Internet-Angebot oder in Ihr Intranet übernehmen wollen, können Sie die erforderlichen Rechte bei der F.A.Z. GmbH erwerben unter www.faz-rechte.de. Auskünfte erhalten Sie unter nutzungsrechte@faz.de oder telefonisch unter (069) 75 91-29 01.

Redaktion und Verlag:
(taglich ladungsfähige Anschrift für die im Impressum genannten Verantwortlichen und Vertretungsberechtigten)
Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH
Hellerhofstraße 2-4
60327 Frankfurt am Main

Geschäftsführung:
Thomas Lindner (Vorsitzender)
Dr. Volker Breid

Verantwortlich für Anzeigen:
Ingo Müller, www.faz.media

Hersteller:
Andreas Gierth
Einzelhefte können zum Preis von € 5,- bei media-solutions@faz.de bezogen werden.

Druck:
Prinovia GmbH & Co. KG – Betrieb Nürnberg
Breslauer Straße 300
90471 Nürnberg



SCHAFFRATH

UNIQUE SINCE 1923

LA LUNA

GEKÜRT ZUM DIAMANTRING
DES JAHRES



 Deutscher
Diamant
Club



EXKLUSIV ERHÄLTICH
BEI IHREM DDC-JUWELIER

DEUTSCHER DIAMANT CLUB

WWW.DEUTSCHER-DIAMANT-CLUB.DE

SCHAFFRATH1923.COM

 @schaffrath1923



MEIN DDC
JUWELIER



MATTHIAS KREIENBRINK schreibt über Kultur und Gesellschaft. Außerdem ist er großer Fan der Reality-Show „RuPaul's Drag Race“. Doch das ist nicht der erste und einzige Kontakt, den er zur Dragkultur hatte. Schon während seines Studiums der Älteren Deutschen Literatur in Berlin hat er sich damit auseinandergesetzt, wie sich das Geschlecht verändern lässt. Im Selbstversuch wurde er nun selbst kurz zur Dragqueen – und das wirft mehr Fragen auf, als es beantwortet. (Seite 46)



ELISABETH WAGNER lebt als freie Journalistin in Berlin und schreibt gerne über Mode – was ihre Mutter angesichts des nicht besonders ehrgeizigen Kleidungsstils der Tochter immer noch nicht glauben kann. Zuvor hat sie Literaturwissenschaft und Philosophie studiert und eine Ausbildung an der Evangelischen Journalistenschule durchlaufen. Die eigene Haut war immer ein schwieriges Thema und der Blick in den Spiegel lange Zeit heikel. Nette Kosmetikerinnen und der Abschied von falschen Erwartungen haben geholfen. (Seite 35)

FOTOS: CHRISTINA PANNKE, PRIVAT (3)

MITARBEITER

KATHRIN BIERLING begann ihre Karriere in den Magazin-Redaktionen von Tageszeitungen, gründete 2007 den Blog „Modepilot“ und startete in diesem Jahr zusammen mit Pro Sieben Sat.1 den Podcast „Das trägt man jetzt so“. Privat trug sie in den vergangenen Monaten Schwangerschaftsöle auf. Für dieses Heft beschreibt sie ihre Erfahrungen mit verschiedenen Produkten. (Seite 38)



MICHAEL OTT und **MATHIAS SCHMITT** haben sich für ihre Arbeit im Team als Fotografen nicht nur einen eigenen Namen einfallen lassen. Als „Schmott“ brechen sie auch optische Konzepte auf und zeigen seit einigen Jahren in diesem Magazin, wie sich alltägliche Schönheitsprodukte ungewöhnlich darstellen lassen. Für diese Ausgabe wurden sie durch die öligen, deckenden und wasserabweisenden Eigenschaften bunter Kajalstifte angeregt. Damit malten sie ein Camouflage-Muster direkt auf die Haut. (Seite 40)



Jeder Wein erzählt eine Geschichte. Man muss nur gut zuhören.

Weine aus deutschen Regionen: Qualität, die man schmeckt.



Die 13 deutschen Weinregionen sind geschützte Ursprungsbezeichnungen.

Weine aus deutschen Anbaugebieten überzeugen nicht nur mit außergewöhnlichem Geschmack, sondern auch mit höchster Qualität. Das garantiert auch die Europäische Union, die alle 13 deutschen Weinregionen als geschützte Ursprungsbezeichnungen anerkannt hat. Weitere Informationen: www.weine-mit-herkunft.de

 **Willkommen in besten Lagen.**
deutscheweine.de



Natürliche Alternativen: Eine Australierin stellt aus Ingredienzien der Natur Heilmittel her (Seite 36). Gefunden hat sie die Kräuter und Wurzeln in den Wäldern Brandenburgs.



Vielfalt im Shampooregal: Anna Baltruschat fehlte in jungen Jahren eine Pflege für krauses Haar (Seite 30). Sie hat daran gearbeitet – und nicht nur daran.



ZUM TITEL

Unser Model Maami Kawashima wurde von Amira Fritz in Weilheim in Oberbayern am Lagerfeuer fotografiert.

- 12 ROSIE HUNTINGTON-WHITELEY
- 14 AUGUSTINUS BADER
- 28 ROBERT GUGUTZER
- 31 NIKEATA THOMPSON
- 50 ANGELIQUE KERBER

OK BOOMER Eine Generation legt Wert auf weiße Zähne, schlanke Körper und volles Haar. *Seite 34*

ALLES IM FLUSS Körperöl ist schmierig, kann aber Streifen auf der Haut vorbeugen. *Seite 38*

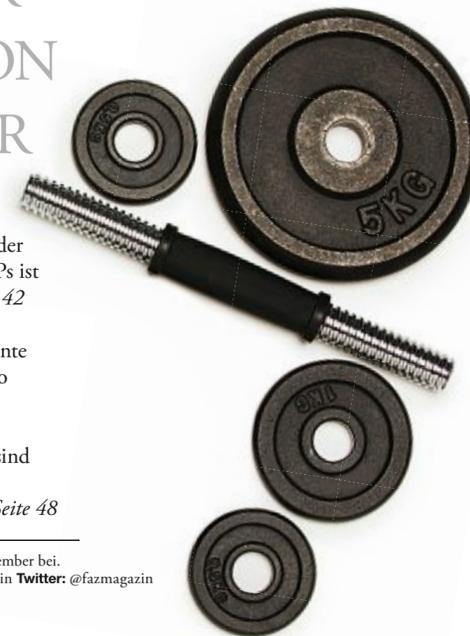
GEGEN DEN STRICH Kajalstifte machen die Welt ein bisschen bunter. *Seite 40*

WENIGER IST MEHR Eine der beliebtesten kosmetischen OPs ist die Brustverkleinerung. *Seite 42*

DOLCE VITA Im Herbst konnte man sich noch durch Palermo schlemmen. *Seite 45*

MAL SEHEN Im Jahr 2020 sind viele neue Beautyprodukte erschienen. Was taugen sie? *Seite 48*

Die nächste Ausgabe des Magazins liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 28. November bei.
Im Netz: www.faz.net/stil **Facebook:** Frankfurter Allgemeine Stil **Instagram:** @fazmagazin **Twitter:** @fazmagazin



Gegen jede Vernunft: Für immer mehr Frauen und Männer wird aus der Körperarbeit eine Sportsucht. (Seite 28)



Guter Umgang: Unsere Autorin hat erst lernen müssen, ihre problematische Haut zu verstehen. (Seite 35)

FOTOS: VERENA MÜLLER, SARAHILLENBERGER, ISTOCK, GELINA PLUG

PRÊT-À-PARLER



Noch
immer
gut
betucht



Tuchmasken?! So könnte der kritische Leser, der im Hinblick auf Schönheitstrends selbstverständlich informiert ist, jetzt fragen. Was, bitteschön, gibt es noch über Tuchmasken zu sagen? Über diese dünnen getränkten Lappen, von denen 2017 ständig die Rede war? Als K-Pop mit einer Welle namens „Hallyu“ einen Schwung Populärkultur von Korea aus in den Timelines und Trendbezirken anspülte und irgendwann auch im Drogeriemarkt angekommen war? Nicht mit Musik oder grünem Matcha-Pulver, sondern mit „sheetmasks“ in bunten Paketen? Die eigenen Mitbewohner konnte man damit schön erschrecken, zur Tuchmasken-Premiere. Es folgte ein praktischer Nebeneffekt: Die Masken taugten auch zum Selfie, und Glamglow entwarf fotogene Modelle. Hier zu sehen ist die vergleichsweise schlichte Thirstysheet (6).

Mit K-Pop kam K-Beauty, dieses absurd aufwendige Schönheitsregime, bestehend aus schätzungsweise 37 Schritten – für Männer wie Frauen. Die Pink Mud Corset Mask (1), zu bestellen über einen Onlineshop namens Komawo, der ausschließlich K-Beauty verkauft, ist ein hübscher Anfang. Sie ist rosa!

Trotzdem: Warum Tuchmasken? Warum an einer Schaufensterpuppe in einem Garten im Odenwald, wie auf unseren Fotos? Und warum jetzt, da beim Stichwort Maske jeder an eine andere denkt und es anstelle von „Hallyu“ um eine ernstere Art von Welle geht? Vielleicht, weil vielen Menschen, denen Selfcare vor Corona nur als Hashtag bekannt war, ähnlich wie Selflove oder Empowerment, mit diesem Konzept nach neun Monaten Pandemie nun besser vertraut sind.

Das Blubbern der Dalton Universal Face Care Oxygen Bubble Mask (7) bedeutet jetzt Abwechslung. Auch die großen Marken haben Tuchmasken längst in ihr Programm aufgenommen, Biotherm hat die Aqua Glow Flash Mask (2). Von Lancôme gibt es die Advanced Génifique Hydrogel Melting Mask (5), von Origins die Flower Fusion Rose Hydrating Sheet Mask (8). Es gibt Tuchmasken für alle möglichen Körperregionen, für die Augen. Da wären zum Beispiel Estée Launders Stress Relief Eye Mask (3) und Shiseidos Vital Perfection Uplifting & Firming Express Eye Mask (4).

Und selbst wenn die Wirkung der Tuchmasken mal dahingestellt sei – dann sind zumindest ihre preisverdächtig optimistischen Titel Lehrstücke für positives Denken. (jwi.)

Fotos Frank Röth



WESTSIDE SOFA COLLECTION, DESIGN JEAN-MARIE MASSAUD.

Poliform

Poliform Berlin
PV Interior GmbH
Kantstraße, 150 Berlin

Poliform Hamburg
Clic Inneneinrichtung GmbH
Stadthausbrücke, 8 Hamburg

Poliform München
Böhmler Einrichtungshaus GmbH
Ledererstraße, 9 München

Rosie Huntington-Whiteley ist sich bewusst, dass alles jederzeit vorbei sein kann

Frau Huntington-Whiteley, eine bekannte Schminkegelei geht so: Betone entweder deine Augen oder deine Lippen. Als Model sind Ihre Lippen Ihr Markenzeichen. Außerdem sprechen Sie heute als Botschafterin der amerikanischen Schönheitsmarke Hourglass. Sie müssen es also wissen: Stimmt diese Regel?

Ich mache mir nicht so viel aus Beautyregeln. Sofern es nicht gerade um Hautpflege geht. Ansonsten ist das etwas ganz Persönliches. Es gab genug Momente, in denen ein markantes Augen-Make-up und ein markanter Lippenstift bei mir sehr gut funktioniert haben. Aber es stimmt schon: Wenn ich mich selbst um mein Make-up kümmere, dann betone ich eher die Augen. Meine Lippen sprechen schon so für sich. Für sie verwende ich das At Night Lip Oil von Hourglass. Das passt zu meinem Make-up. Außerdem trage ich immer Mascara. Das ist ein guter Ersatz für Wimpernverlängerungen.

Die Schönheitssalons in den Vereinigten Staaten sind wegen Corona noch geschlossen. Was fehlt Ihnen gerade?

Bei Gesichtsbearbeitungen bin ich sehr genau. Ich habe empfindliche Haut, daher brauche ich regelmäßige Behandlungen. Seit ich 18 Jahre alt bin, hatte ich ein- bis zweimal im Monat einen Termin, jetzt sind vier Monate vergangen, in denen ich nicht mehr in Behandlung war. Wenn das wieder sicher möglich ist, freue ich mich darauf. Einen Termin habe ich natürlich schon.

Gibt es etwas, was diese Zeit Sie im Hinblick auf Ihren Umgang mit sich selbst gelehrt hat?

Ich habe vorher sehr viel gearbeitet. Routinen gab es kaum, und ich konnte nicht gut nein sagen. Ich war immer diejenige, die gesagt hat: Klar, ich freue mich, ich bin dabei. Das hat sicher auch damit zu tun, dass mir bewusst ist, dass das, was ich mache, jederzeit vorbei sein kann. So denke ich häufig: dass ich noch härter arbeiten müsste, um alles am Laufen zu halten.

Mit Corona gab es weniger am Laufen zu halten?

So habe ich eine Balance gefunden und gemerkt, dass es eigentlich ganz in Ordnung ist, nicht so viel zu arbeiten und die Prioritäten anders zu setzen, vor allem auf mein Familienleben. Ich hatte viel Zeit zum Nachdenken. Dabei ist mir bewusst geworden, wie sehr ich meine

Arbeit liebe, aber auch, was für ein Glück es ist, Mutter zu sein und meinen Sohn aufwachsen zu sehen. Das nehme ich mir jetzt vor: In meinem Terminkalender muss zunächst meine Familie stehen, die Arbeit sollte ich drumherum unterbringen.

Während des Lockdowns kommunizierten Sie weiter sehr aktiv auf Instagram mit Ihren knapp zwölf Millionen Followern. Inwiefern prägt die Plattform Ihren Eindruck von Schönheit?

Der Perfektionsgrad in den sozialen Medien ist enorm. Ich ertappe mich selbst beim ständigen Vergleichen mit anderen. Das ist sicher einer der negativen Effekte. Ich sehe auch die Gefahren, besonders für junge Menschen. Bevor ich etwas poste, überlege ich mir deswegen schon genau, was ich damit sagen will, und versuche, mich einfach in andere hineinzusetzen. Dabei habe ich übrigens herausgefunden, dass es mir bei Schönheit nie um Perfektion ging. Natürlich versuchen wir alle das Beste aus uns zu machen, schöne Haut zu haben, Produkte zu verwenden, denen wir vertrauen, aber das



Rosie Huntington-Whiteley, wuchs in Großbritannien auf und lebt heute in Los Angeles. Sie ist mit dem Schauspieler Jason Statham liiert. Das Paar hat einen gemeinsamen Sohn.

Streben nach Überperfektion hat mich nie interessiert. Vielleicht liegt es daran, dass ich Britin bin. Wir sehen das einfach kreativer und kommunizieren das auch so.

Selbstironischer?

Ja, das sieht man auch an der Art und Weise, wie wir uns schminken. Nach solchen Vorbildern suche ich selbst. Ich hatte noch nie weniger Lust auf diese andere leere Hülle, die viele Prominente und Influencer auch jetzt nicht ablegen. Man sieht sie im Urlaub, und sie stellen noch immer ihren Reichtum zur Schau. Das möchte ich mir gerade nicht anschauen.

Sie sind 33 Jahre alt und für Ihre Lippen bekannt. Wie sind Sie damit als Jugendliche umgegangen?

Ich wurde zwar nicht gemobbt, aber Sticheleien gab es schon. Mein Selbstbewusstsein hat es nie beeinträchtigt. Mit 16 habe ich angefangen zu modeln und dann schnell gesehen, dass meine Lippen etwas Besonderes sind. Zu danken habe ich dafür übrigens meinem Papa.

Ich sehe Sie über Zoom, und im Video ist die ganze Zeit Ihr Herz-Tattoo auf dem Handgelenk zu erkennen. Was hat es damit auf sich?

Oh, das ist keine besonders glamouröse Geschichte. Mit 18 bin ich nach New York gezogen und war ganz schön wild. Ich war auf dem Land aufgewachsen und hatte eine sehr behütete Kindheit. New York war für mich dann, wow, ein Spielplatz. In der Zeit war ich echt sorglos, das war auch, bevor es soziale Medien gab. Eines Tages lief ich mit meinen Freunden an der 14. Straße entlang, und wir so: Wollen wir uns Tattoos stechen lassen? In einem Deli saß ganz hinten ein Tattoo-Künstler. Wenn meine Mutter über mich spricht, dann verwendet sie häufig ein Sprichwort: „I wear my heart on my sleeve“.

Im Deutschen hat man das Herz nicht auf dem Ärmel, sondern am rechten Fleck.

So kam das Tattoo zustande. Aber schauen Sie mal, es ist ganz furchtbar gestochen. Überhaupt nicht präzise, total verwischt. Aber das ist nicht so schlimm. Es erinnert mich an diese Zeit, und es gehört zu mir.

Die Fragen stellte Jennifer Wiebking.

Hoffentlich wird es kein Pferdekopf

Diamanten sollen, so sang es Marilyn Monroe, die besten Freunde eines Mädchens sein. Doch manchmal gerät selbst ein Mann ins Schwärmen, wenn es um einen Rohdiamanten geht. So ist das bei Oded Mansori von HB Antwerp, als er vom Sethunya erzählt. „Das ist einer der umwerfendsten Steine, die ich in meinen 30 Jahren in diesem Geschäft gesehen habe“, sagt Mansori, und seine Augen funkeln fast wie der 549 Karat schwere Rohdiamant.

Es ist der zweite große Rohdiamant, den sein Unternehmen für das Luxushaus Louis Vuitton aufbereiten wird. Im Januar machte die Zusammenarbeit der beiden Unternehmen Schlagzeilen, als der Lederwarenhersteller seine Expansion ins Schmuckgeschäft mit dem Erwerb des zweitgrößten Rohdiamanten der Welt, des Sewelö, unterstrich. Auch diesen Stein ließ man von HB Antwerp bearbeiten, einer der größten belgischen Diamantenmanufakturen. Nun geht es mit dem kleineren Sethunya weiter, der für seine Reinheit und Farbe gerühmt wird.

Geschäftsführer Mansori nutzt die zweite Kooperation, um das Konzept seines Unternehmens zu veranschaulichen, das vom Weg des herkömmlichen Diamantenhandels abweicht. „In der typischen Lieferkette geht ein Diamant auf dem Weg von der Mine bis auf den Verkaufstisch des Juweliers durch bis zu 30 Hände, wird von einem Zwischenhändler zum nächsten geschickt und sammelt dabei so viele Flugmeilen an, dass er im Meilenprogramm bei der Lufthansa leicht den Senatorenstatus bekommen würde“, sagt Mansori. „Unser Weg verringert den ökologischen Fußabdruck eines Steins enorm.“

Dafür setzt man auf Transparenz und nutzt die steigende Nachfrage nach nachhaltigen und ethisch unbedenklichen Produkten. „Wer heute im Supermarkt einkauft, will genau wissen, wo der Reis herkommt und wie die Avocado angebaut wurde“, sagt Shai De Toledo, neben Mansori einer der vier Partner von HB Antwerp. „Genau das sollte man auch beim Kauf von Edelsteinen beachten.“ Dazu hat das Unternehmen direkten Kontakt nach Botswana aufgebaut, in eine stabile afrikanische Demokratie, und arbeitet dort mit Diamantenminen zusammen, denen es auch hinsichtlich der Umwelt- und Arbeitsbedingungen vertraut. Um die Zwischenstopps zu verringern, werden die Steine aus der Mine direkt nach Antwerpen verschickt und dort in direktem Kontakt zum Endkunden nach dessen Wünschen bearbeitet.

Gerade in der Zusammenarbeit mit jungen Schmuckunternehmen habe man damit Erfolg. „Die sind risikofreudiger, wollen nicht alle das Gleiche anbieten wie die Konkurrenz“, sagt De Toledo. „In den Traditionshäusern setzen die Gemmologen auf Sicherheit, bewegen sich kaum aus ihrer Komfortzone. Deshalb sehen die Steine, die man dann am Ende in den Läden bekommt, auch alle gleich aus. Wir hingegen setzen auf Individualität.“



Der Rohdiamant, der den schönen Namen Sethunya trägt, wird gerade für Louis Vuitton in Antwerpen bearbeitet. Noch ist unklar, welche Form er einmal annehmen wird.

Selbst die Fachleute in der Diamantenmanufaktur HB Antwerp staunen über die Größe des Steins.

Das Konzept scheint auch Louis Vuitton zu gefallen. Seit das Unternehmen sein Interesse an der Übernahme von Tiffany bekundet hat, macht es mit solch spektakulären Diamantenkäufen wie dem Sewelö und dem Sethunya von sich reden. Ziel ist auch, neben der Expansion im chinesischen Markt eine junge Käuferschaft zu erreichen, die auf Nachhaltigkeit achtet, wie der Tiffany-Chef Alessandro Bogliolo im vergangenen Jahr sagte.

Auf den neuesten hochkarätigen Zugang könnte Louis Vuitton das personalisierte Konzept anwenden, das man bislang den Kunden teurer Ledertaschen bietet. Was genau aus dem ungewöhnlichen Stein wird, dazu hält man sich in Antwerpen bedeckt. Nur dass man sich bei allen Aufträgen vollständig nach den Wünschen der Kunden richtet, versichert Mansori: „Wir fragen immer, was der Käufer mit dem jeweiligen Stein machen will. Will er einen großen Stein, oder hat er drei Töchter und will drei gleich große Steine daraus machen? Will man den Stein vielleicht nach einem bestimmten, für die Familie wichtigen Datum gestalten? Man kann da viel mit Zahlen und



Größen spielen, denn Menschen kaufen Diamanten meist, um einen Hochzeitstag oder eine Geburt zu feiern.“ Doch auch für Ungewöhnliches sei man offen: „Wenn uns der Kunde sagt: ‚Ich möchte daraus einen hübschen Pferdekopf schleifen lassen‘, dann fertigen wir den bestmöglichen Pferdekopf, den der Stein zulässt.“ *Maria Wiesner*

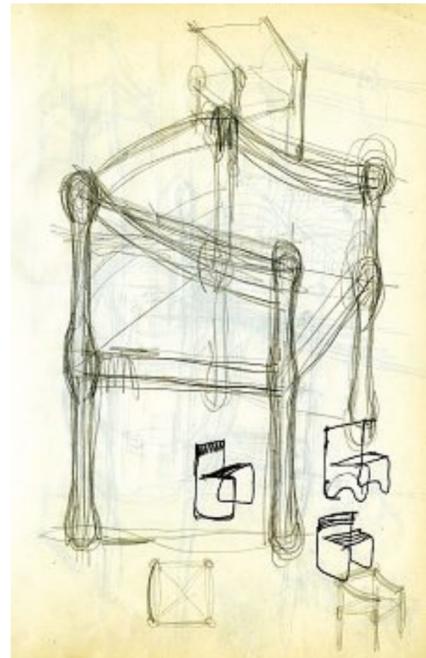
PRÊT-À-PARLER

Symbol der Swinging Sixties

Carimate ist ein unscheinbarer Ort in der Lombardei, keine 5000 Personen leben in dem Städtchen. Seine berühmtesten Einwohner allerdings, glaubt man der Internetseite der italienischen Gemeinde, waren gleich zwei deutsche Fußballweltmeister: Lothar Matthäus und Andreas Brehme. Die beiden lebten in Carimate, als sie Ende der achtziger Jahre zusammen für Inter Mailand spielten – die Metropole liegt nur 25 Kilometer entfernt.

Carimate ist auch aus einem anderen Grund bekannt, jedenfalls in Italien und unter Architekten: Das Club House des Golfclubs Carimate hat Vico Magistretti zusammen mit Guido Veneziani konzipiert und geplant. Magistretti (1920 bis 2006), der aus einer namhaften Mailänder Architektenfamilie stammte, zählt zu den einflussreichsten Gestaltern des 20. Jahrhunderts. Ende der fünfziger Jahre trat er als Industriedesigner erstmals hervor, 1962 entstand das Club House, ein Bau aus verschiedenen Elementen, die sich in die Landschaft einpassen, ohne sie zu überragen oder zu überwältigen. Auch die Inneneinrichtung entwarf Magistretti, darunter einen Stuhl, der eher skandinavisch anmutet und der ihn schlagartig bekannt machte.

Der Lehnstuhl aus Holz mit einer Sitzfläche aus geflochtenem Bast orientierte sich am ländlichen Stil der damaligen Zeit. Für den Golfclub aber ließ Magistretti ihn knallrot lackieren. Das war vermutlich einer der Gründe, warum der Esszimmerstuhl Carimate, 1959 von Cassina erstmals produziert, zu einem Symbol der anbrechenden Swinging Sixties wurde. Magistretti, neben den Brüdern Achille und Pier Giacomo Castiglioni, Ettore



„Lehnstuhl-Jubiläumsausgabe“: Vico Magistretti, der im Oktober 100 Jahre alt geworden wäre, entwarf diesen Esszimmerstuhl 1959 für das Club House des Golfclubs Carimate. Nach ihm ist der Stuhl auch benannt.

FOTOS: DDP, HERSTELLER ©

FOTOS: HERSTELLER

Ein kompakter Mikroarbeitsplatz – oder nennen wir es Scrittorio

Ist das der Plastikmüll der Zukunft oder das genialste Möbelstück in Zeiten von Corona-Abstandsregeln? Das Ding, für das es noch nicht einmal einen Begriff gibt, spricht doch eine eindeutige Sprache. „Setz dich einfach“, sagt es, „leg dein Tablet ab oder deinen Notizblock.“ Aber: Ist das vielleicht ein Täuschungsmanöver? Hält das Ding überhaupt, was es verspricht? Oder wackelt es wie verrückt, wenn man voller Energie zu schreiben anfängt? Verirrt man sich, wenn man versucht, seine langen Beine hineinzuschlingeln? Ist es diskriminierend, weil kleingewachsene Personen gar nicht wirklich sitzen können?

All das ist natürlich längst durchdacht. Denn wenn es auch wirkt, als wäre das Ding eine sehr spontane Antwort auf die Pandemie, so steckt doch eine ganz bodenständige deutsche Industriegeschichte dahinter – nämlich die Kooperation des traditionsreichen badischen Büromöbel-Herstellers Sedus Stoll mit der Offenbacher Designerschmiede Aroma. Deren Gründer Karsten Küber versteht sich als Industriedesigner auch als Vorausdenker: „Wir müssen Lösungen für das finden, was erst noch wird.“ Die Disruption der Bürowelten habe zwischen Tisch, Stuhl und Regal neue Räume geschaffen, sagt Küber, und bei den Bürospezialisten von Sedus Stoll stieß er damit auf offene Ohren. Dort weiß man genau, was alles im Umbruch ist zwischen Aktenschrank und Roll-

container. Nur wer flexibel und agil ist, kann im globalen Wettbewerb mithalten, und in Zeiten horrender Immobilienkosten gilt das auch fürs Mobiliar.

Mit Se:note, wie das Tisch-Stuhl-Möbelstück aus sechs Kilogramm Polypropylen bei Sedus Stoll heißt, lässt

Wenn sich Mittelstand und Design zusammenschließen, dann entsteht dieses so rätselhafte wie praktische, ja, was? Ding!



sich jedenfalls schnell eine Workshop- oder Konferenz-Situation zaubern, in der niemand stehen oder seinen Laptop auf den Oberschenkeln balancieren muss. Wenn die spontane Versammlung vorbei ist, können die Teile ineinandergeschoben leicht und schnell verstaut werden – nach vorheriger Desinfektion, versteht sich.

Bleibt die Frage, wie man das Ding nun überhaupt nennt. Ernst Holzapfel, Marketing-Chef von Sedus Stoll, hat die Herausforderung Namensuche angenommen. Sein Anknüpfungspunkt war die Kultur der Klöster, ihm schwebte das Skriptorium vor. Nicht zuletzt wegen seines beruflichen Werdegangs mit Architekturstudium in Florenz kam Holzapfel schnell zu Scrittorio und ist doch auch damit noch nicht zufrieden. „Die Archetypen-Findung“, sagt er seufzend, „ist eine Meisterleistung.“

Vorläufig ist das Ding im Sedus-Prospekt also ganz nüchtern das, was der ursprüngliche Entwicklungsauftrag war: ein „kompakter Mikroarbeitsplatz“. Vielleicht nimmt der sperrige Sedus-Name Se:note ja doch noch den Weg, den einst die Bezeichnung Tempo vorgemacht hat: zum „Gattungsbegriff“ für Papiertaschentücher zu werden. Ein Traum für einen Mittelständler – der jedoch nur funktioniert, wenn es eben nicht um Plastikmüll geht, sondern um eine geniale Lösung für ein Problem, das es noch gar nicht so lange gibt. *Susanne Preuß*

Die Hoffnung vieler Stars im Bemühen um ewige Jugend heißt Augustinus Bader. Seine Creme ist mehr als ein Hype. Denn der Mann dahinter ist ein namhafter deutscher Stammzellforscher.

Von Jennifer Wiebking, Fotos Robert Gommlich

Beauty

PROFESSOR

Dieser Mann kennt sich mit der stimulierenden Wirkung gewisser Substanzen auf den Körper aus. Nachdem Augustinus Bader morgens aufgestanden ist, macht er sich einen Kaffee. Nicht irgendeinen, keinen Filterkaffee oder Cappuccino. Für seinen Kaffee am Morgen hat Augustinus Bader ein eigenes Rezept entwickelt. „Sie kennen sicher den Bulletproof-Kaffee“, sagt Bader – Kaffee, Butter, MCT-Öl. Soll dem Körper helfen, auf Turbo umzuschalten. „Meiner ist noch nicht auf dem Markt.“ Das Rezept des Baderschen Bulletproof-Kaffees geht so: sechs Espresso vermisch mit Joghurt. „Müssen Sie mal ausprobieren. Milch sei schlecht, sagen viele, wegen der Hormone. Aber mit dem Joghurt wird es wieder gesund. Der ist ja fermentiert.“ Augustinus Bader wäre wohl kaum der Wissenschaftler, der er ist, wenn er die Antwort, die sein Körper auf diesen Kaffee gibt, nicht längst kennen würde. „Ich habe eine Genanalyse gemacht, ich bin ein schnell verstoffwechelndes Wesen.“

Würde Augustinus Bader seinen Bulletproof-Kaffee nun in leuchtend blaue Becher abfüllen und Kupferdeckel daraufsetzen, die Chancen stünden nicht schlecht, dass seine Klientel, die aufgeschlossen ist für die eigene Selbstoptimierung, ihm auch dieses Getränk abkaufen würde. Gesundheit, Schönheit, ein besseres Leben – das alles dank entscheidender Nährstoffe, die im Körper umgesetzt werden, das ist gewissermaßen sein Thema.

Augustinus Bader hat einen Wirkstoffkomplex entwickelt, eine Creme mit dem unbescheidenen Titel The Cream, abgefüllt in leuchtend blauen Flaschen mit Kupferdeckeln. Der Haut soll die Creme in ähnlicher Form helfen, in die Gänge zu kommen, wie der Bulletproof-Kaffee dienlich ist, um in den Tag zu starten.

Die Liste seiner Kundinnen, die schon allein deshalb einen guten Überblick über den Beautymarkt haben, weil für sie das Aussehen ein Teil des Berufs ist, wird jedenfalls nicht kürzer. Diane Kruger, Melanie Griffith, Alexa Chung, Rosie Huntington-Whiteley, Kate Bosworth und Carla Bruni verwenden die Creme im Streben nach ewiger Jugend. Leonardo DiCaprio soll seine Assistentin mal

angewiesen haben, 20 Flaschen auf einmal zu bestellen. Vergangenes Jahr rief dann Victoria Beckham an: Für ihr Modeunternehmen, das sie schon Richtung Kosmetik erweitert hatte, plane sie eine Hautpflegelinie – mit Augustinus Bader.

Man könnte dieses Produkt trotz der illustren Kunden abtun: ein Hype. Viel Geld für ein Gel, was The Cream von der Konsistenz her eher ist. Wäre da nicht auch die kuriose Geschichte des Augustinus Bader, die diesem Vorhaben Glaubwürdigkeit gibt. Er hat sich nämlich nicht nur dem Kampf gegen die optische Hautalterung der Reichen und Schönen verschrieben. Dieser Mann führt ein Leben im Labor, nicht in Los Angeles. Wenn er im Namen des nach ihm benannten Beautyunternehmens unterwegs ist, dann nimmt er sich dafür Urlaub. Wenn er keinen Urlaub hat, dann arbeitet er als Stammzellforscher an der Universität Leipzig.

So sitzt Augustinus Bader am Tag des Interviews nicht etwa in einer Hotellobby in New York. Er empfängt nicht in einem Büro in London, wo das Unternehmen seinen Hauptsitz hat. Und man bekommt ihn auch nicht kurz vor einer Promo-Tour durch Asien zu sprechen.

Von diesem Super-Kaffee, den er sich jeden Morgen zubereitet, erzählt Augustinus Bader stattdessen, während er selbst gerade Filterkaffee trinkt, der bis vor fünf Minuten in einer Thermoskanne warmgehalten wurde, während er im Konferenzsaal eines Ausflugslokals geduldig den Anweisungen des Fotografen folgt. „Sie hatten vorab gefragt, wo ich gerne hingehe“, sagt er. „Hierher!“

Hotel Lagovida, 25 Kilometer südlich der Leipziger Innenstadt. Toller Blick über den Störmtaler See, aber auch ein Ort, an dem Deutschland seinem Ruf als Capri-Hosen- und Socken-in-Sandalen-Paradies im Sommer alle Ehre macht. Es ist schwer vorstellbar, dass dieser distinguierte Herr von 61 Jahren, der eine randlose Brille trägt, dazu ein blaues Jackett und eine blaue Uhr, der mit ruhiger Stimme spricht und Vater von vier erwachsenen Kindern ist, ausgerechnet in der Beautybranche, dieser stets etwas überdrehten Welt, eine zweite Heimat gefunden haben soll.

Dafür ist es wichtig zu verstehen, woher Bader kommt. Dazu erwähnt er einen Satz auf Englisch: „Become a scientist and see the world.“ Bis vor einer Weile war er eben noch oft auf Kongressen. Dabei wollte Augustinus Bader als Schüler ursprünglich Musiker werden. „Zum Glück habe ich das nicht gemacht. Ich hatte irgendwann erkannt, dass ich nicht genug Talent dafür habe.“ Seine Wahl fiel auf Medizin, aber der Abitur-Durchschnitt war ein Hindernis. „2,0 statt 1,8“, sagt Bader. „Das war dummerweise ein Fehler meines Biologielehrers, er hatte in der Prüfung gesagt, man müsse von den zwei Aufgaben nur eine beantworten. Das habe ich gemacht, und so haben mir zwei Zehntel gefehlt.“ Ärgerlich auch, denn Biologie war sein Lieblingsfach.

Nachts Dienste, tagsüber Labor

Bader ging nach Italien, lernte in Florenz vier Monate die Sprache, legte den Mediziner-test ab und begann in Chieti sein Studium. Als Quereinsteiger kam er später zurück nach Würzburg, ging anschließend in die Schweiz und für seine Doktorarbeit nach China. Thema: die Behandlung von Schwerverbrannten. „Ihre Narben fielen mir auf, sie waren sehr entstellend. Schon damals begann ich nach einer Methode zu suchen, wie man das vermeiden könnte, wie man Haut regenerieren kann.“ Zweimal war er mit Stipendien in Harvard und traf dort auf Personen, mit denen er daran arbeitete, Gewebe im Labor zu züchten. Anschließend ging er nach Hannover, an die Medizinische Hochschule, ins Team von Rudolf Pichlmayr. „Ein außergewöhnlicher Chirurg“, sagt Bader. „Ein ruhiger, weiser Mensch mit einem großen Talent.“ 1988 transplantierte Rudolf Pichlmayr als Erster eine Spenderleber an zwei Empfänger, indem er sie teilte.

Den jungen Bader schickte Pichlmayr ins Labor. „Ich versuchte damals, eine Maschine zu entwickeln, um die Leber zu regenerieren, für Menschen, die auf eine Transplantation warteten.“ Ein Bild blieb dem

Urlaub für die Creme:
Wenn Augustinus Bader im
Namen seines Unternehmens
arbeitet, dann hat er eigentlich
frei. An allen anderen
Tagen arbeitet er an der
Universität Leipzig.



Mediziner dabei lange Zeit im Kopf: eine junge Patientin, 26 Jahre alt, deren Leber durch einen Pferdetritt getroffen worden war. „Das Organ kam nicht rechtzeitig, die Frau verstarb.“

Nachts war Bader weiterhin für Dienste eingeteilt, tagsüber war er im Labor. „Irgendwann habe ich gemerkt, dass man nicht beides perfekt machen kann. Ich war übermüdet.“ Er stieg schließlich ganz aus der Medizin aus, wechselte in die Pharmakologie und Toxikologie und ging in die Stammzellforschung. Er war am Helmholtz-Forschungszentrum in Braunschweig tätig und wurde dann nach Leipzig berufen, auf den ersten Lehrstuhl für Stammzelltechnologie in Deutschland.

Dass vor ihm jetzt eine dieser blauen Flaschen mit Hautcreme steht, hat viel zu tun mit der Therapie, die er im Laufe seiner Karriere als Forscher entwickelt hat. „Die ganze Welt versucht, Gewebe extrakorporal zu züchten. So habe ich es auch gemacht, aber für die Patienten verstreicht viel zu viel Zeit. Wenn Sie sich jetzt verbrennen, müssten Sie vier Wochen warten, bis Sie ein Stück Haut haben.“ Baders Hypothese: Das müsse doch direkt im Körper funktionieren. „Wenn ich mich schneide, dann muss ich ja auch keine Zellen ins Labor schicken, sondern der Körper regelt es für sich. Wenn ich mich verbrenne, regelt der Körper das auch, aber es bleibt eine Narbe.“ Bader entwickelte ein Hydrogel, das Patienten

nach schweren Brandverletzungen die Hauttransplantation ersparen kann. Aber wie kommt man von einer solchen Behandlungsmethode zu einem Schönheitsprodukt? An diesem Punkt ist noch einmal dieser Satz wichtig: „Become a scientist and see the world.“ Für Bader bedeutete das auch, Bekanntheit mit einflussreichen Menschen zu knüpfen, unter anderem Robert Friedland. „Von ihm stammt die Idee mit dem Apfel.“ In den siebziger Jahren kümmerte sich Friedland als Student um den Apfelhof seines Onkels in der Nähe von Portland. Der junge Steve Jobs besuchte den Freund dort an den Wochenenden und half bei der Apfelerte, was ihn auf den Namen Apple für das Technologieunternehmen brachte. „Ein extrem intellektueller Mensch, ein Minenunternehmer, der sich privat für das Thema Stammzellen interessiert“, sagt Bader über Friedland. Bei einem Abendessen des amerikanisch-kanadischen Unternehmers saß der Stammzellforscher eines Tages neben einem gewissen Charles Rosier, einem Banker. „Am Ende des Abends sagte er, wenn er mal einen medizinischen Rat brauche, könne er ja zu mir kommen.“

Navigationsystem für Stammzellen

Rosier meldete sich daraufhin wirklich bei Bader, allerdings mit einer Geschäftsidee: der Entwicklung einer Creme für alltägliche Hautbedürfnisse, die vom Konzept her das On-Demand-Prinzip von Baders Therapie aufgreift. Für Augustinus Bader klang die Idee vielversprechend. Nicht, weil er damit Luxusprobleme lindern konnte, sondern weil sich so vielleicht auf Dauer eine andere Frage erübrigen würde, die ihn als Professor begleitet: „Ich hatte nicht die finanziellen Mittel für die pharmazeutischen Entwicklungen. So etwas kostet 50, manchmal 100 Millionen Euro, und es ist nicht die Aufgabe einer Universität, diese Mittel zu generieren. Das muss man anders lösen, und das wurde daraufhin mein Ziel.“ Eine Creme also, deren Erlös zu einem gewissen Teil die Forschung finanziert. So habe er sich überzeugen lassen. Bader entwickelte daraufhin ein Muster und gab es seinen



// BETRACHTEN SIE MICH ALS GANZ NORMALEN WISSENSCHAFTLER. //

Patienten, Diabetikern mit dünner Haut. „Sie wurde viel schöner und fester.“

Das Prinzip von Baders Creme ist dabei ähnlich wie das seines medizinischen Produkts: Der Wirkstoffkomplex TFC8 der Creme enthält Nährstoffe, Aminosäuren und Vitamine, die Zellen aktivieren und zur Kommunikation und anschließenden Regeneration animieren sollen. Bader bezeichnet es als eine Art Navigationssystem für die Stammzellen. „Wir haben herausgefunden, wie wir diese Nährstoffe in die Stammzellen bekommen“, sagt Bader. „Was ich also vermutlich entdeckt habe, ist eine Art Stemmcell-Superfood, das die Stammzellen benötigen, wenn ein gewisser Bedarf vorhanden ist.“

Um die Wirkung der Creme nicht-wissenschaftlich zu erklären, führt der Wissenschaftler alle möglichen Bilder an. Zum Beispiel könne man sich die Creme wie einen Werkzeugkasten vorstellen. „Wenn Ihre Waschmaschine kaputt ist“, sagt Bader, „dann rufen Sie den Techniker, der sie mit seinem Wissen repariert. Aber wenn er den Werkzeugkasten vergisst, kann er nicht arbeiten. Die Techniker in Ihrer Haut sind Ihre eigenen Stammzellen.“

Diese Bilder braucht es nicht nur zur Vereinfachung der komplexen Vorgänge, sondern auch, weil zwischen allen Neulancierungen und angeblich revolutionären Produkten, mit denen diese Branche aufwartet, auch immer ein Gegenargument steht, das nämlich eine fast farblose, geruchlose Textur, ein überhaupt nicht greifbares Konstrukt, eine umso größere Wirkung haben und

die biologische Uhr des Körpers anhalten oder gar zurückdrehen soll. Der Grat zwischen Wissenschaft und Mythos ist in dieser Branche besonders schmal. Es gibt Studien, die gewisse Wirkungen belegen, und in jedem Konzern sind Forscher tätig, die an neuen Formeln arbeiten. Aber was eher unüblich ist: ein namhafter Wissenschaftler, der einen Lehrstuhl an einer deutschen Universität hat, und parallel – aber streng getrennt – ein Therapieverfahren von der Medizin in die Beautybranche überträgt.

Forscher und Unternehmer

Rosier und Bader wurden Geschäftspartner. Rosier bestand darauf, dass die Creme und somit auch das Unternehmen nach dem Forscher benannt sein müsse – Augustinus Bader. „Ich habe mich lange dagegen gewehrt, aber er fand das wichtig“, sagt Bader, dessen Name die eigene Person sehr konkret umreißt. Augustinus ist im August geboren. „In Augsburg, und mein Vater hieß Augustin.“ Bader wiederum sei ein bayerischer Name. „Im Mittelalter stand es für die Berufsbezeichnung der Ärzte.“ Das Familienwappen bilde den Aderlass ab – „im Blut sind ja auch Stammzellen“.

Das ist der Wissenschaftler Augustinus Bader. Aber der Beautyunternehmer? Ist er sich dafür nicht zu schade? Längst ist da nämlich nicht mehr nur die Creme, die unter diesem Label läuft. Es gibt jetzt auch eine Körpercreme, ein Reinigungsgel, einen Lippenbalsam.

Bader sagt, die Geschichten der Patienten und Tester hätten Einfluss auf seine Entscheidung für das Vorhaben gehabt. „So habe ich verstanden, dass Schönheit und Gesundheit zusammenhängen. Mit gesunder Haut können Menschen auch glücklich sein, das ist etwas Positives, und es hat Bedeutung.“ Natürlich wirke die Creme nicht bei

allen. In dieser Hinsicht ist Augustinus Bader der Forscher, nicht der Unternehmer, der häufig von seiner „Hypothese“ spricht, von seiner „Theorie“: „Ich kann nicht hundertprozentig alle Menschen mit dieser Creme erreichen, aber die Menge an Menschen, die sie gut findet, ist extrem groß.“

In diesem Zusammenhang führt Bader auch die prominente Klientel an. Charles Rosier ist ein Freund von Carla Bruni. Wenn sie seine Creme schätze, dann sei das für Augustinus Bader ein Kompliment. Ebenso wie die Zusammenarbeit mit Victoria Beckham: „Sie hat gesagt, es sei die beste Creme weltweit, und sie wolle sich mit den Besten verbinden.“ Bader schiebt noch einen Satz hinterher, mit dem er dann doch wie der Schönheits-Unternehmer klingt: „Wir haben die höchste Wiederkaufsrate in der Industrie.“

Es sei also kein ständiges Abwägen: Wofür den eigenen Namen hergeben? Was machen? Was sein lassen? „Sie müssen mich als ganz normalen Wissenschaftler betrachten“, sagt Bader. „Und dann schafft man etwas, das plötzlich genutzt wird.“ Das Land Sachsen zum Beispiel investiere sehr viel Geld in die Stammzellforschung. „Aber wenn Sie schauen, wer wirklich etwas daraus gemacht hat, dann wird es nur wenige geben.“

Augustinus Bader sagt: „Ich lebe weiterhin in meiner eigenen Welt.“ Die seltsamste Erfahrung, in dieser anderen Welt? „Zum Glück gibt es keine seltsamen Erfahrungen. Das hat mich am meisten überrascht. Ich warte immer auf den Tag, an dem etwas Schlimmes passiert, aber das tritt nicht ein, und das macht mich sehr froh.“

SAMSUNG

Galaxy Z Fold2 5G



Z wie Zukunft

Das Galaxy Z Fold2 5G und das Galaxy Z Flip 5G entfalten das nächste Kapitel: die Galaxy Z-Serie. Erlebe sie jetzt.

Die Zukunft neu geformt

Mehr Infos unter samsung.de/galaxy-z-fold2

Lichterloh



Cape, Hemd, Kette und Armband von Christian Dior, Make-up: Foundation von Hourglass Immaculate Liquid Powder über Niche Beauty, Lidschatten von Westman Atelier Eye Pods Les Jours, Mascara von Helena Rubinstein, Rouge von Kess Berlin Blush & Highlighter Duo Stick in Glossy Pink, Lippenstift von Lancôme Juicy Tubes 10 Framboise Pop



Am Feuer lässt sich der Herbst genießen. In diesem Jahr bleiben wir sogar im Freien.

Fotos Amira Fritz, Styling Lynn Schmidt, Make-up Arzu Küçük



Mantel von Chanel, Make-up: Foundation von Chanel Les Beiges Healthy Glow, Lidschatten aus Blattgold sowie von Chanel Les Beiges-Lidschatten-Palette in Warm, Rouge von Chanel Joues Contraste, Lippenstift von Chanel Rouge Coco Shine, Nagellack von Chanel Les Vernis in Arancio Vibrante

Overall
 mit Fransen und Cardigan
 von Bottega Veneta,
 Make-up: Lippenstifte von
 Gucci Beauty, hier großflächig
 aufgetragen als Lidschatten



Gesichtscreme

von Filorga Global Repair Essence und
 Global Repair Eyes & Lips, Make-up: Foundation von
 Shiseido Future Solution Total Radiance
 in Golden 3, Eyeliner von Marc Jacobs Beauty
 Highliner Matte Gel Eye Crayon in Overnight,
 Lippenstift von Fenty Beauty Stunna
 Lip Paint in Uncensored



Samtkleid

und Handschuhe mit Kristallschleifen
 von Gucci, Make-up: Foundation von Dior
 Forever & Ever Wear, Rouge von
 Dior Blush Couture, Lippenstift von Dior
 Rouge Dior in Ultra Kiss

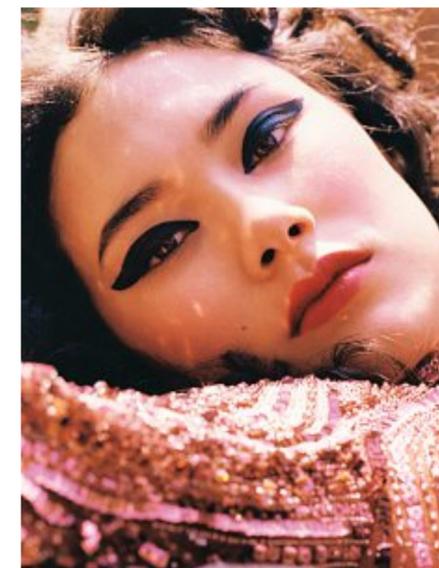




Tuch und Cape von Christian Dior,
 Make-up: Foundation von Mac Cosmetics Studio Fix Fluid SPF 15,
 Augenbrauenfarbe von Mac Eye Brow Styler in Stylized, Lidschatten
 von Mac Powder Kiss Soft Matte in Lens Blur, Mascara von Mac
 Haute & Naughty Lash Mascara in Schwarz



Gestreifte Bluse und Rock
 von Hermès, Make-up: Foundation von Charlotte
 Tilbury Airbrush Flawless Foundation, Lidschatten
 von Shamanic Cosmetics in Fabulous Blue, Lidschatten
 am unteren Wimpertrand von Shamanic Cosmetics in
 Ultra Bronze, Highlighter von Fenty Beauty
 Killawatt Freestyle



Paillettenkleid

von Celine, Make-up: Foundation von Armani Neo Nude
 True-To-Skin Natural Glow Foundation, Augenbrauenfarbe
 von Tom Ford Beauty Fiber Brow Gel, Eyeliner von Tom Ford Beauty
 Eye Defining Pen in Black, Kajal von Tom Ford Beauty
 Eye Kohl Intense in Espresso, Rouge von Tom Ford Beauty
 Soleil Sheer Cheek Duo, Lippenstift von Hermès
 Beauty in Rose Indien

Mantel von Prada,
Gesichtsmaske mit Aktivkohle von Nuxe,
Insta-Masque, Lippenpflege von
Nuxe Rêve de Miel



Pullover mit markanter Schließe von Hermès,
Make-up: Foundation von Estée Lauder Futurist Hydra Rescue Moisturizing Make-up,
Augenbrauenfarbe von Benefit Brow Microfilling Pen in Deep Brown,
Eyeliner von Estée Lauder Double Wear Stay in Place in Electric Cobalt, Highlighter
von La Mer The Hydrating Illuminator, Rouge von Bobbi Brown in
Sand Pink, Lippenstift von Estée Lauder Pure Color Envy in Envious, Lipgloss von Estée
Lauder Liquid Lip Pure Color Love in Pink Electron

Langer Mantel
von Miu Miu, Gesichtscrème
von Susanne Kaufmann Cold Cream





Gehäkeltes Kleid

von Bottega Veneta, Haarpflege von Gisou Hair Oil, Körperlotion Mineralsalz von Susanne Kaufmann

Choker

aus Kunstharz von Gucci, Make-up: Foundation von Nars Soft Matte Complete in Oslo, Augenbrauen-Fixiergel von Benefit 24 Hour Brow Setter, Lippenstift hier verwendet als Lidschatten von Hermès Beauty in Orange Boîte, Eyeliner von Nars Santa Monica Blvd in Weiß, Rouge von Nars in Super Orgasm, Lippenstift von Hermès Beauty in Rose Ombré



Paillettenkleid

von Celine, Make-up: Foundation von Armani Neo Nude True-To-Skin Natural Glow Foundation, Augenbrauenfarbe von Tom Ford Beauty Fiber Brow Gel, Eyeliner von Tom Ford Beauty Eye Defining Pen in Black, Kajal von Tom Ford Beauty Eye Kohl Intense in Espresso, Rouge von Tom Ford Beauty Soleil Sheer Cheek Duo, Lippenstift von Hermès Beauty in Rose Indien; Nagellack von Uslu Airlines in NAP Napoli

Fotos: Amira Fritz
Styling: Lynn Schmidt
Make-up: Arzu Küçük
Haare: Dirk Walther
Model: Maomi Kawashima @ Core Artist Management
Fotoassistent: Lisa Früchtl und Alex Ghita
Stylingassistent: Anastasia Vraka
Make-up-Assistent: Andru Elias

Fotografiert am 16. September 2020 in Weilheim

Vielen Dank an das Abenteuer Gut Schörghof

WER BIN ICH?

Von Robert Gugutzer

Zu einem gewissen Teil sind wir auch: der eigene Körper. So geht es los mit der Arbeit an ihm. Wie aus dem Kult Sportsucht werden kann.

Wer dem gegenwärtig vorherrschenden Schönheitsideal entsprechen will, muss zwei Dinge tun: sich richtig ernähren und viel bewegen. Da nur sehr wenige Menschen von Natur aus einen schlanken, athletischen, muskulösen Körper mit straffer Haut haben und auch die Technologie dessen Herstellung lediglich in sehr engen Grenzen ermöglichen kann, ist der und die Einzelne genötigt, durch eigenes Handeln dieses Körperideal zumindest näherungsweise zu realisieren. Um schlank zu werden oder zu bleiben, ist die Ernährung eine notwendige und in vielen Fällen sogar hinreichende Bedingung. Um darüber hinaus jedoch auch athletisch, muskulös und straff zu sein, bedarf es zwingend der Bewegung, vor allem des Sports. Nur wer viel und regelmäßig Sport treibt, hat eine Chance, dem gängigen Schönheitsideal nahezukommen.

Im Mittelpunkt steht dabei weniger der in Vereinen und Verbänden organisierte traditionelle Mannschaftssport als vielmehr der informelle und in kommerziellen Studios angebotene Individualsport. Die paradigmatische Sportform hierfür ist der Fitnesssport. Dessen seit gut drei Jahrzehnten stetig wachsende Popularität – allein knapp elf Millionen Menschen in Deutschland sind Mitglieder in einem Fitnessstudio – resultiert ganz entscheidend daraus, dass er eine ideale Möglichkeit darstellt, selbst etwas für den eigenen Körper zu tun. Der Körper wird längst nicht mehr als Schicksal angesehen, das man schlicht hinzunehmen habe, sondern als ein individuell gestalt- und machbares Projekt. Fitnesssport ist attraktiv. Dabei nutzen ihn die einen für eine funktionale Körperarbeit, die der Gesundheit zuträglich ist,

die anderen für eine ästhetische Arbeit am eigenen Körper.

Unter denjenigen, deren primäres Handlungsmotiv die Ästhetisierung des eigenen Körpers ist, finden sich immer mehr Frauen und Männer, für die diese Körperarbeit zum zentralen Lebensinhalt geworden ist. Sie organisieren ihr Leben so, dass sie mehrere Stunden pro Tag und mehrere Tage pro Woche im Fitnessstudio verbringen können und leiden darunter, wenn ihnen das nicht möglich ist. Sie nehmen Konflikte im Arbeits- und Privatleben in Kauf, um trainieren zu können, was sie auch im Falle von Krankheit oder Verletzung zu tun versuchen.

Die ästhetische Modellierung und Perfektionierung des eigenen Körpers hat für diese Menschen eine so große subjektive Bedeutung, dass es nicht übertrieben ist zu sagen, sie seien abhängig von ihrem Sport. Der Körperkult, den sie betreiben, ist bei ihnen offenkundig in eine Sportsucht übergegangen.

Die Sportwissenschaft versteht unter Sportsucht eine substanzungebundene Form von Abhängigkeit, das heißt eine Verhaltenssucht, deren zentrales Merkmal eine „maßlose“ Beschäftigung mit dem Sport ist. Die Maßlosigkeit bezieht sich dabei sowohl auf den Umfang und die Intensität der sportlichen Aktivität als auch auf die Auseinandersetzung mit Ernährung, Kleidung und Trainingsplänen. Als sportsüchtig bezeichnet die Sportsuchtforschung Menschen, die ihre Sportdosis stetig steigern, die den Zwang verspüren, sich bewegen und Sport treiben zu müssen, die die Kontrolle über ihr Sportpensum verlieren und an Entzugssymptomen wie Schlaflosigkeit, Reizbarkeit und Depression leiden, wenn ihnen die Droge Sport genommen wird.

In der den Diskurs bestimmenden psychologisch-medizinischen Sportsuchtforschung gelten diese sportbezogenen Verhaltens- und Erscheinungsweisen als pathologisch und die Betroffenen daher als therapiebedürftig.

Abgrenzend zu dieser Pathologisierung sportsüchtiger Menschen geht die soziologische Sportsuchtforschung wertfrei davon aus, dass Sportsucht ein deviantes Verhalten ist. Damit ist impliziert, dass es der soziale Kontext ist, der definiert, ob ein bestimmtes Sport- und Bewegungsverhalten normkonform oder normabweichend (sportsüchtig) ist. Auf diese Weise wird zum Beispiel verständlich, dass 25 Stunden Training pro Woche bei einer Hochleistungssportlerin eher keine Sportsucht bedeuten, weil das im Kontext Hochleistungssport üblich ist, bei einem Freizeitsportler hingegen eher schon, da ein solcher Zeitaufwand in diesem Kontext anormal ist. Es ist daher eine wichtige Frage, wer eine Norm aufgrund welcher Kriterien als Richtwert festlegt, anhand dessen die Zuschreibung „normal“ versus „krank“ vorgenommen wird.

Die soziologische Sportsuchtforschung interessiert sich darüber hinaus für die Frage, welchen „subjektiven Sinn“ nach Max Weber Sportsüchtige mit ihrem Handeln verbinden. Da der Mensch ein soziales Wesen ist, sind seine Sinnzuschreibungen wesentlich gesellschaftlicher Art. Folglich sind auch die subjektiven Sinnmuster, die Sportsüchtige mit ihrem Handeln verbinden, keine rein individuellen, sondern sozial geformte Sinnmuster. In Zusammenarbeit mit dem Sportsociologen Karl-Heinrich Bette von der TU Darmstadt haben wir sie in fünf Idealtypen sportsüchtigen Handelns gebündelt. In der Realität können sich diese Typen durchaus überschneiden.

Der Typus „Askese“ repräsentiert ein Sinnmuster, das sich plakativ umschreiben lässt mit:

„Ich leide, also bin ich.“ Den Aktiven geht es hier primär darum, sich durch eine große körperliche Anstrengung, die mit viel Disziplin und Verzicht verbunden ist, in einer Situation zu bewähren, die für die meisten Menschen zu schwierig ist. Man findet diesen Typus daher vor allem in Ausdauersportarten wie Triathlon, Radfahren, Schwimmen, besonders in deren Ultra-Varianten.

Demgegenüber steht der Typus „Ekstase“ für ein Sinnmuster, bei dem es weniger um die körperliche Eigenleistung als vielmehr um ekstatische Grenzerfahrungen und außeralltägliche Bewusstseinszustände geht. „Ich riskiere (mein Leben), also bin ich“, lautet das Motto dieses Typus, das zuvorderst in Risiko- und Abenteuersportarten (Base-Jumping, Downhill-Mountainbiking, Apnoe-Tauchen) zu realisieren versucht wird.

Im Typus „Hedonismus“ wiederum kommt ein Sinnmuster zum Ausdruck, das stark auf das Erleben von Lust, Genuss und purer Freude abzielt. „Ich genieße, also bin ich“, ist die handlungsleitende Maxime, und dafür eignen sich vor allem naturnahe Fun- und Lifestyle Sportarten (Snowboard, Surfen, Klettern). Maximal kontrastierend dazu ist der Typus „Agon“, der ein sportsüchtiges Sinnmuster verkörpert, dessen Kern der sportliche Wettkampf und besonders der sportliche Erfolg bildet. Sein handlungsleitender Sinn lautet: „Ich gewinne, also bin ich.“ Dieser Sinn lässt sich mit jeder Sportart verbinden, solange sie nur wettkampfmäßig ausgetragen werden kann.

Schließlich repräsentiert der Typus „Ästhetik“ jenes Sinnmuster, das explizit auf körperliche Attraktivität abzielt. Sportsüchtige, die sich diesem Typus zuordnen lassen, finden – wie schon erwähnt – den Sinn ihrer sportlichen Aktivität darin, ihren Körper auf das herrschende Schönheitsideal hin zu modellieren. „Ich bin schön, also bin ich“, ist das Identitätsversprechen, das die Gesellschaft ihnen gibt und auf das sie hören. Der Fitness- und Muskelsport (Functional Training, Crossfit, Bodybuilding) ist das dafür prädestinierte Suchtfeld.

Wie diese Leitsätze der Idealtypen sportsüchtigen Handelns andeuten, ist für Sportsüchtige der Sport weniger Selbstzweck denn Mittel zum Zweck, der darin besteht, eine Antwort auf die Identitätsfrage zu finden: Wer bin ich? Aufgrund seines hohen gesellschaftlichen Stellenwerts eignet sich der Sport dafür augenscheinlich besonders. Sport zu treiben gilt in wertevermittelnder, gesundheitlicher und geselliger Hinsicht als „gut“. Wer viel Sport treibt, ist nicht nur nicht verdächtig, sondern darf mit sozialer Anerkennung rechnen. Anerkennung wiederum ist eine wichtige Bedingung für eine gelingende Identität.

So wie der Sport aufgrund seines positiven Images ein gesellschaftlich unverdächtiges Suchtfeld ist, genießt auch die darin praktizierte ästhetische Arbeit am eigenen Körper weithin soziale Akzeptanz. Man denke nur an die zahlreichen Fitnessapostel auf Instagram und ihre vielen Follower. Aber auch außerhalb der sozialen Medien werden gutes Aussehen und ein schöner Körper goutiert, wobei der schöne Körper heutzutage eben der fitte, athletische, muskulöse Körper ist.

Sichtbarer Ausdruck davon ist nicht nur die enorme Popularität von High-Intensity-Trainingsprogrammen (HIT) in der Welt des Sports, sondern ebenso die zunehmende Etablierung der Weiblichkeitsnorm „strong is the new skinny“ sowie das Männlichkeitssyndrom der

Muskeldysmorphie. Frauen wie auch Männer wollen und sollen stark, muskulös, fit sein und aussehen – mit der Folge, dass manche darunter leiden, wenn das bei ihnen nicht so ist.

In einer Studie zu den biografischen Bedingungen sportsüchtigen Handelns und Erlebens, die zur Zeit an der Goethe-Universität Frankfurt läuft, hat sich gezeigt, dass die Arbeit am schönen Körper von Sportsüchtigen oft als normative Erwartung empfunden wird, die ihnen zu schaffen macht beziehungsweise gemacht hat.

So berichten einige der Interviewpartner unserer Studie davon, dass die herrschenden ästhetischen Körperrnormen der entscheidende Grund für ihren Einstieg in die Sportsucht waren. Weibliche wie männliche Sportsüchtige erzählen von ihrer Unzufriedenheit mit dem eigenen

// Sport zu treiben gilt in wertevermittelnder, gesundheitlicher und geselliger Hinsicht als gut. Wer viel Sport treibt, darf mit sozialer Anerkennung rechnen. Und Anerkennung ist eine wichtige Bedingung für eine gelingende Identität. //

körperlichen Erscheinungsbild als Jugendliche, die vor allem durch negative Kommentare Gleichaltriger hervorgerufen und verstärkt wurde, aufgrund derer sie begannen, regelmäßig Sport zu treiben oder ihn zu intensivieren.

So wie am Beginn einer Sportsuchtkarriere nicht selten die Erfahrung einer körperlich bedingten Identitätskrise steht, lässt sich diese typischerweise durch die personalen und sozialen Erfolge bewältigen, die aus der stetig steigenden sportlichen Aktivität resultieren.

Die Transformation eines „dicklichen“, „moppeligen“, „schwabbelligen“, „schwächlichen“ Körpers in einen „sportlichen“, „athletischen“, „(nicht zu) muskulösen“ und „starken Körper“ (alles Zitate aus den Interviews) erfüllt die Sportsüchtigen erstens mit Stolz, da sie diese sicht- und spürbare körperliche Verwandlung allein mit harter und disziplinierter Arbeit erzielt haben. Damit einher geht zweitens das Gefühl der Selbstermächtigung, resultierend aus der Selbstgewissheit, aus eigener Kraft Dinge bewirken zu können, die früher für unmöglich oder unerreichbar gehalten wurden.

Drittens empfinden die Sportsüchtigen die wiederkehrenden positiven Rückmeldungen (vor allem des anderen Geschlechts) zu ihrem ästhetisch ansprechenden Körper als eine Selbstbestätigung, die guttut.

Solche biografischen Erzählungen lassen erkennen und machen verständlich, dass der schöne Körper ein süchtig machendes Identitätsprojekt sein kann. Der Körperkult wird zur Sportsucht mithin dann, wenn er Identitätsgewinne zu erzielen erlaubt. ◀

Der Autor ist Professor für Sozialwissenschaften des Sports an der Goethe-Universität Frankfurt.



// Das Gefühl, das ich hatte:
nicht zu existieren. //

ANNA BALTRUSCHAT

Mein Papa kommt aus Ghana, meine Mama aus Deutschland. Ich bin in Deutschland geboren und in einem schwäbischen Haushalt sozialisiert worden. Ich habe lange nicht gemerkt, dass ich aufgrund der Hautfarbe anders wahrgenommen werde. Als Kind ist einem nicht bewusst, was da auf einen zurollt.

Die ersten Berührungspunkte mit dem Anderssein hat man schon im Kindergarten, wenn einem andere Kinder Dinge sagen, die man nicht hören will. Wo man dann merkt: Aha, wir sind nicht alle gleich. Meine Puppen waren weiß, meine Barbies waren weiß, meine Freundinnen waren weiß. Also habe ich auch zu Britney Spears aufgeschaut. Schwarze Vorbilder gab es auch nicht so viele wie heute. Ja, auf MTV gab es Musikvideos mit Frauen mit Afro, und vereinzelt hat man sich gedacht: Schau an, es gibt Frauen, die irgendwie so sind wie du. Ich habe aber nicht unbedingt ein Vorbild gesucht oder gebraucht. Nur jemanden, der in der Öffentlichkeit steht und sagt: Diesen Schritten musst du folgen, und dann hast du eine Flechtfrisur. Oder diese Steps, und dann sitzen die Haare. Oder so tut's nicht weh beim Kämmen. Das hätte mir unfassbar geholfen.

In der Pubertät habe ich dann gemerkt: Okay, meine Haarstruktur ist anders als die meiner Freundinnen. Ich hatte als Kind keine schwarzen Freundinnen, nur eine schwarze Schwester, aber die war jünger als ich. Es war schwierig, überhaupt Informationen über Haarpflege zu bekommen. Es gab damals keine Youtube-Kanäle, auf denen erklärt wurde, wie man Afrohaar pflegt. Wenn meine Mutter gewusst hätte, wie sie unsere Haare richtig pflegt, wäre es einfacher gewesen. So viel zur Vorgeschichte.

Unbewusst habe ich mir also schon sehr lange die Frage gestellt: Warum wird mein Haartyp nicht analog zu allen anderen bedient und repräsentiert? Also zu blonden Haaren, glatten Haaren und so weiter. Mit 13, 14 Jahren habe ich die Haare zum Beispiel chemisch geglättet, ein sehr unangenehmer Prozess. Ich wollte aber am liebsten glatte, fliegende Haare haben. In dem Alter will man dazugehören, man orientiert sich an den Schönheitsidealen, die der Mainstream vorgibt. Und man hat ein ziemlich verkorkstes Bild von diesen Idealen.

Das Haarpflegeproblem hat sich in mir aufgestaut. 2015 konnte ich dann meine Gedanken so sortieren, dass ich gemerkt habe: Im Einzelhandel ist es schwierig, Produkte zu finden. Wenn die Industrie in Deutschland da einen blinden Fleck hat, dann muss ich das eben selbst machen. Also habe ich zu recherchieren begonnen. Wie erschaffe ich überhaupt ein eigenes Haarprodukt? Mit welchen Herstellern kann ich zusammenarbeiten? Ich habe mir natürlich auch die amerikanischen Produkte angesehen, die es in Deutschland zu kaufen gab – da gibt es zwar ein paar gute, aber auch viel Frustrationspotential. Wenn ich mal ein gutes Produkt gefunden hatte, dann war es in den Afroshops meist ausverkauft oder sehr teuer.

Heute würde ich den Markt nicht mehr so einschätzen wie 2015. Zum Beispiel gibt es immer mehr Lockenprodukte. Haare sind eine Sache, aber es geht ja beim Make-up weiter. Auf den Werbeplakaten wird teilweise noch transportiert: „Ihr werdet bedient.“ Aber im Laden gibt es dann trotzdem kein Make-up in meinem Hautton. Das wird gerade alles besser. Ich hoffe, dass es kein Hype ist, und dass die Unternehmen sich nicht damit zufrieden geben, nur einen Trend mitzumachen, und das war's dann. Ich hoffe, dass sie verstehen, dass es eine Gruppe gibt, deren Kaufkraft sie bisher unterschätzt haben. Produkte in den Afroshops sind im Durchschnitt viel teurer, weil sie importiert werden müssen. Sie werden aber trotzdem gekauft.

Ich möchte, dass meine Tochter – und überhaupt die nächste Generation – in ein Geschäft gehen kann und Produkte für sich findet, die auch zertifizierte Naturkosmetik sind. Mit dem Namen meiner Haarpflegemarke Afrolocke sollen sich schwarze Menschen identifizieren können. Ich will, dass meine Tochter dieses Gefühl, das ich hatte, nicht haben muss: dass sie nicht existiert. ◀

Anna Baltruschat ist 32 Jahre alt, ist Gründerin der Haarpflegemarke Afrolocke und lebt in Stuttgart.

Schwarz-Weiß-Bilder



Foto Verena Müller

Drei Frauen, die sich heute beruflich mit dem Thema Schönheit beschäftigen, erzählen über ihren Umgang mit der eigenen Hautfarbe – und über das Erwachsenwerden unter besonderer Beobachtung.

Aufgezeichnet von Barbara Russ



Foto Julia Zimmermann

// Man hat mir gesagt: ‚Du bist schön – für eine Schwarze.‘ //

NIKEATA THOMPSON

Ich bin in einer deutschen Pflegefamilie in Nordrhein-Westfalen aufgewachsen, hatte aber immer Kontakt mit meiner leiblichen Familie in Birmingham. Ich sehe mich als Deutsche mit jamaikanischen Wurzeln und britischem Pass.

Seit dem 18. Jahrhundert gibt es Schwarze in Deutschland, aber wir sind kaum in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Nicht weil wir es nicht wollen, sondern weil man uns nicht lässt. Ein Beispiel: Es gibt fast keine Kinderbücher mit schwarzen Kindern. Dunkelhäutige Puppen gibt es auch selten. Wenn man etwas keine Sichtbarkeit schenkt, ist das doch schon eine Form von Ausgrenzung.

Ich habe so schon als Kind suggeriert bekommen, dass Schwarzsein schlecht ist. Diese Botschaft war für mich klar, seit ich denken kann. Mein Lieblingsbuch war „Zehn kleine Negerlein“, weil es das einzige war, in dem die Kinder aussahen wie ich. Dass in diesem Buch neun von ihnen sterben, habe ich damals zum Glück nicht verstanden.

Beim Aufwachsen in einer Gesellschaft, in der man anders ist, merkt man täglich, dass man nicht dazugehört. Als Kind rubbeln die Menschen an dir herum und fragen: „Kann ich ein bisschen Farbe abhaben?“ Wenn die Sonne scheint, hört man „Jetzt wirst du noch schwärzer“, gemeint als Witz. Aber ich habe mich deshalb vor dem Sonnenlicht versteckt.

Leider ist das nicht nur in Kindertagen so, sondern auch später im Leben. Wenn man die einzige Person mit dunkler Hautfarbe ist, wird man aussondert, gemobbt und angegriffen. Ein Leben lang.

Ich hatte weiße Freundinnen, und wir haben zusammen begonnen, uns zu schminken, wie man das so macht als Teenager. Meine Mama arbeitete für ein japanisches Kosmetikunternehmen, eigentlich sehr praktisch. Nur leider hatten die gar kein dunkles Make-up. Also hat sie mir Mascara mitgebracht. Den habe ich dann benutzt und nahm an, ich sei geschminkt. Bis mich eine Freundin darauf ansprach, ob ich nicht auch Make-up hätte. Dann habe ich meine Mutter in England danach gefragt, die mir daraufhin sagte: „In Deutschland gibt es das nicht im Drogeriemarkt? Geh doch mal in den Afroshop.“

Also bin ich heimlich aus Wermelskirchen nach Köln gefahren, anderthalb Stunden mit dem Bus, und habe dort mein erstes Make-up und Puder gekauft. Ich war total stolz. Aber als ich es dann öffnete, fand ich es ganz hässlich. Wie Schuhcreme. Wenn einem oft genug gesagt wird, dass die eigene Hautfarbe hässlich ist, dann fängt man an, es zu glauben. Ich habe mich gefragt: Warum habe ich das eigentlich gekauft? Werde ich vielleicht noch dunkler, wenn ich das auftrage?

Als ich aufgewachsen bin, gab es im deutschen Fernsehen Arabella Kiesbauer als eine der wenigen „women of color“. Die war aber auch viel heller als ich. Das kommt noch erschwerend hinzu: Wenn schwarze Frauen gezeigt werden, dann immer hellhäutige. Beyoncé und Rihanna sind auch deshalb so erfolgreich, weil sie hellhäutig sind. Das wissen sie auch, und sie reden selbst über diese Hierarchie innerhalb der Dunkelhäutigkeit – „colorism“ nennt sich das. Auf der ganzen Welt gibt es diese Skala, in der Türkei, in Indien, überall: je heller, desto schöner. Ich habe oft durch die Blume oder auch ganz offen gehört, dass Schwarzsein nicht schön sei. Man hat mir gesagt: „Du bist schön – für eine Schwarze.“ Naomi Campbell war mein Vorbild in Sachen Beauty. Für mich war sie der lebende Gegenbeweis.

Als junge Frau war ich Leistungssportlerin, ich bin Hürden gelaufen, war die schnellste Frau Deutschlands. Ich habe oft gehört, Schwarze seien „halt gut im Laufen“. Damit hat man mir einfach all meinen Fleiß, meine Mühe, mein hartes Training in einem Satz aberkannt.

Ich verstehe, woher das kommt. Man denkt, „die Schwarzen“ laufen schnell, singen und tanzen gut, weil man es oft sieht. Dabei sind das aber eben die Bereiche, in denen man uns akzeptiert, die man uns machen lässt. Vor dem Laufen hatte ich mit Tennis und Ballett angefangen, in diesen Sportarten war das Mobbing aber einfach zu stark. Ich musste beides aufgeben.

Später habe ich zum Tanz zurückgefunden. Das Tanzen hat mir eine Stimme gegeben. Du kannst deine Stimme nur finden, wenn du sie auch nutzt. Du musst den Mund aufmachen. Wenn ich schweige, obwohl es mir schlecht geht, oder mich jemand unterdrückt und ich das zulasse, macht mich das krank, unsicher und unzufrieden. Ich habe früh gemerkt: Wenn du erfolgreich bist, wird dir zugehört. Und da ich eine der wenigen erfolgreichen schwarzen Frauen im deutschen Fernsehen bin, kann ich nicht schweigen. ◀

Nikeata Thompson, 40 Jahre alt, ist Tänzerin, Choreografin und Gründerin einer Tanzagentur. Sie lebt in Berlin.



Foto Julia Zimmermann

// Ein Kopftuch kann ich vielleicht ablegen, meine Hautfarbe nicht. //

ISI AHMED

Meine Eltern kommen aus Somalia. Ich bin in Turin geboren, in Darmstadt aufgewachsen und lebe heute in Berlin. Was Schönheitsideale angeht, bin ich innerhalb der Community insofern privilegiert, da es entweder „lightskinned people of color“ sind, die als schön dargestellt werden, oder, wie ich, Menschen mit ostafrikanischen Gesichtszügen, die näher am europäischen Schönheitsideal liegen.

Für mich stand immer fest: Ich bin nicht weiß, ich bin nicht normalgewichtig, und ich bin (gewollt) Muslima. Daher muss ich meinen eigenen Weg gehen. Seit ich denken kann, bringe ich mehr Gewicht auf die Waage. Ich trage eben keine 36, sondern eine 46, das hat mich nie wirklich gestört. Ich sehe halt eher aus wie Queen Latifah als wie Miley Cyrus. Natürlich ist das Schönheitsideal 90-60-90. Und klar habe ich versucht, Diäten zu machen. Aber ich habe direkt gemerkt: Das ist nichts für mich, ich kann das nicht, und vielleicht will ich es auch gar nicht.

Mit etwa zehn Jahren habe ich zum ersten Mal Mamas Make-up geliehen und mit Freundinnen ein bisschen herumprobiert. Als ich richtig angefangen habe, mich zu schminken, das war mit 16 oder 17 Jahren, gab es natürlich schon englischsprachige Youtube-Tutorials für schwarze Haut, die ich verstanden habe, auch wenn die Sprachbarriere noch dazwischen lag. Auf Deutsch kamen solche Videos, zumindest in der Masse, erst etwas später.

Meine Tante hat mir einmal eine Foundation von Mac mitgebracht, die leider etwas dunkler war als mein Teint. Als ich sie auftrug, empfand ich mich jedoch als zu stark geschminkt. Meine Narben waren zum Beispiel komplett überdeckt, es war wie ein Filter. Also bin ich auf die Suche nach einem passenderen Make-up gegangen. In den

Drogerien wurde ich leider nicht fündig. Der dunkelste Hautton im damaligen Sortiment war ein Milchkaffee-Ton.

2017 kam dann Rihanna mit ihrer Kosmetikmarke Fenty Beauty auf den Markt, die 40 verschiedene Hauttöne abbildete. Das war eine totale Offenbarung: „So viele verschiedene Hautfarben gibt es?“ Damals habe ich noch in Darmstadt gewohnt, und einige meiner Freundinnen sind extra nach Straßburg gefahren, um die Marke dort zu kaufen. Frankreich war früher dran mit dem Verkauf der Produkte. Bis heute gibt es in Deutschland nur wenige Verkaufsstellen von Fenty Beauty.

Immerhin kamen so andere Marken darauf, dass sie breiter aufgestellt sein müssen. Allerdings gibt es Produkte für dunkle Hauttöne immer noch oft nur als Proben im Laden, und man muss die Artikel dann online bestellen. Aber einiges hat sich schon bewegt.

Ich sehe mich als Feministin, und das bedeutet für mich, dass ich meine eigenen Entscheidungen treffe und Wege beschreite. Ich habe mich mit 15 Jahren dazu entschieden, das Kopftuch zu tragen, obwohl meine Mutter das als viel zu früh empfand.

In der muslimischen Community muss ich mir manchmal vorhalten lassen, dass es nicht zusammenpasst, wenn man Kopftuch trägt und modelt oder sich schminkt. Wie ich das persönlich vereine? Ich denke mir: Jeder muss diese Dinge für sich entscheiden. Wenn dies eine Sünde ist, dann muss ich mich irgendwann vor Gott rechtfertigen, aber nicht vor der Person, die mich dafür kritisiert. Vielleicht hat mir das auch ein Stück weit zu mehr Selbstakzeptanz verholfen: Menschen denken immer irgendwas über dich, darauf hast du ohnehin keinen Einfluss. Ein Kopftuch kann ich vielleicht ablegen, aber meine Hautfarbe nicht. Daher findet Ausgrenzung in meinem Leben so oder so statt.

Sprichwörtlich heißt es, dass Schönheit im Auge des Betrachters liegt. Das war für mich immer mein persönlicher Leitsatz. Was für mich schön ist, muss für andere nicht schön sein und umgekehrt. Ich glaube, wenn man sich einfach selbst liebt, kann man leichter durchs Leben gehen. Auch wenn man es nicht mehr hören kann: Selbstliebe hier, Selbstliebe dort. Es stimmt einfach! ◀

Isi Ahmed, 24 Jahre alt, ist Model und lebt in Berlin.



SCHLIESSEN SIE DIE AUGEN UND FOLGEN SIE DEM ZAUBER VON WEIHNACHTEN INS WERTHEIM VILLAGE.

Warum nicht schon jetzt an Geschenkkunden, an wundervolle Erinnerungen anknüpfen und ein magisches Fest mit den Liebsten vorbereiten? Entfliehen Sie dem Stress, und entdecken Sie in über 100 Boutiquen der faszinierendsten Marken der Welt alles, was Weihnachten perfekt macht.

Eine Welt mit malerischen Gassen und Türmchen

Wertheim Village, eines der weltweit elf Villages der THE BICESTER VILLAGE SHOPPING COLLECTION, liegt inmitten der idyllischen Natur der malerischen Weinregion am Main, die bereits Goethe für die schönste Gegend Deutschlands hielt. Inspiriert von den Geschichten der Gebrüder Grimm, zeigt sich Wertheim Village mit pittoresken Gassen und Türmchen und strahlt zur Weihnachtszeit in ganz besonderem Glanz: Unzählige warme Lichter der Weihnachtsdekoration betonen die Silhouette des Village mit seinen fünf Toren, die in eine magische Welt entführen.

Nur 50 Autominuten von Frankfurt entfernt, direkt an der A3 gelegen, finden Besucher hier eine beispiellose Auswahl von Lifestyle- und Luxus-Boutiquen. In der Vorweihnachtszeit zieht Wertheim Village mit seiner märchenhaften Kulisse selbst Vorbeireisende in den Bann.

Saisonale Fashion-Must-Haves, luxuriöse Accessoires, wunderbare Beauty Specials und detailverliebte Homeware bieten alles, was das Shopping-Herz begehrt – und das zu unwiderstehlichen Preisen.



Für einen unbeschwerteten Besuch gelten auf dem gesamten Gelände des Wertheim Village umfassende Sicherheits- und Hygienevorschriften. Um die Einhaltung der geltenden Abstandsregelungen zu erleichtern, setzt die Shopping Destination auf digitale Angebote. So funktioniert nicht nur die Bezahlung überall kontaktlos, sondern das gesamte Village lässt sich interaktiv über die eigens entwickelte App erkunden. Viele Marken bieten darüber hinaus besondere Services wie zum Beispiel ein digitales Warteschlangen-Management oder einen Virtual Shopping Service an: einfach bequem von zu Hause aus stöbern, entdecken, shoppen.

Für das Einkaufserlebnis unter freiem Himmel stehen natürlich kostenfreie Parkplätze zur Verfügung, und es wird perfekt abgerundet von einer Auswahl an Restaurants und Cafés, die sogar die Shopping-Pause zum absoluten Highlight werden lassen. Ein Erlebnis für alle Sinne: Zur Advents- und Weihnachtszeit paart sich der Lichterglanz mit einem verführerischen Duft aus regionalem Winzer-Glühwein und selbstgemachten Bio-Crêpes.

Weihnachtszauber, wie er schöner nicht sein könnte.

Weitere Informationen finden Sie auf www.WertheimVillage.com

V.i.S.d.P.: Bernhard Martin, Value Retail Management Germany GmbH, Almosenberg, 97877 Wertheim

MOOD →



Zweimal Eukalyptus ist auf diesem Bild untergebracht. Als Grünpflanze und als Faser verarbeitet in der Bettwäsche. (Hig & Chic)



Dieser Herbst ist eine besondere Übung darin, Kinder bei Laune zu halten. Mit den Stapelsteinen können die Kleinen immerhin selbst aktiv werden.



Athena Akhavan kommt aus Teheran und fertigt Schmuck, den man sich gerne von Reisen mitbringen würde, wenn man denn wegfahren könnte. Kadib, ein neuer Onlineshop, liefert die Entwürfe persischer Designer nach Hause.



Wenn man sich auf die erste Live-Yogastunde nach den Wochen per Zoom so sehr freut wie auf den ersten Ferientag – dann ist das hier die passende Matte. (Lyka)



Im Mailänder Triennale-Museum läuft noch bis Januar eine Ausstellung über die Kultur des Handwerks. Diese Tasche (Serapian) ist auch dabei.



Hier zu sehen ist die Influencerin Choupette, die neuerdings mit Lucybalu kooperiert, einem Hersteller für Katzenmöbel.



Wenn Weihnachten dieses Jahr ruhiger zu werden droht, könnten auch Knallbonbons (Gustavia) helfen.



Schon klar, dass dieser flauschige Sessel (By Lassen) aus dem Land von Hygge kommen muss: aus Dänemark.



Früher lasen junge Eltern das Magazin „Nido“. Junge Eltern von heute betten ihre Neugeborenen in einer Wiege namens Nido.



Bottled Bar ist genau das: Cocktails servierfertig aus der Flasche für zu Hause.

Boomer und Beauty

Klar hat der Industrieverband Körperpflege und Waschmittel (IKW) ein Interesse daran, Konsumenten zu verstehen, und einen nicht unerheblichen Anteil am Massenmarkt haben die Babyboomer. Eine Umfrage des Marktforschungsunternehmens Rheingold Salon im Auftrag des IKW ergab: Einen Wunsch frei im Hinblick auf Äußerlichkeiten – und **schlanke** wären 41 Prozent der Frauen und 38 Prozent der Männer. **Weniger Falten** wünschen sich 14 Prozent der Frauen und acht Prozent der Männer. **Volleres Haar** 15 Prozent der Frauen und 24 Prozent der Männer. **Weißere Zähne** zehn Prozent der Frauen und 19 Prozent der Männer.



Was ist Mode? Dieser Frage nähert sich das Landesmuseum Württemberg in Stuttgart in einer Ausstellung bis April 2021 – unter anderem mit diesem Laufsteg-Bild von Yves Saint Laurent Rive Gauche aus dem Jahr 1992.

109

Bedeutende Dinge, Menschen, Ideen, Orte und weitere Kuriositäten, zusammengestellt von *Jennifer Wiebking*



XXL-Sonnenuhr am Hochjochferner? Nein, auf dem Gletscher im Schnalstal in Südtirol hat der isländische Künstler Ólafur Elíasson ein neues Kunstwerk mit dem Titel „Our Glacial Perspectives“ installiert.

IN MEINER HAUT

Von Elisabeth Wagner

Ihr Umfeld attestierte unserer Autorin ein Problem. Auch sie selbst litt lange unter dem, was sich in ihrem Gesicht zutrug. Bis sie lernte, damit umzugehen.

Es gibt ein paar Dinge, die ich gerne früher verstanden hätte, besonders was den Umgang mit meiner Haut betrifft. Zu viel Zucker zum Beispiel ist wirklich nicht gut für die Haut, und abendliches Operieren mit Nadeln, die im Kerzenlicht sterilisiert wurden, ist es auch nicht. Jede erfahrene Kosmetikerin warnt davor, einfach so herumzustochern, und mahnt zu Vorsicht bei Vergrößerungsspiegeln im Badezimmer. Zu leicht verliert man darin die Übersicht und den letzten Rest an Selbstbeherrschung und drückt und quetscht so lange, bis das eigene Gesicht aussieht wie ein Schlachtfeld. Tränen und Abdeckstift: Diese beiden gehören zusammen, und von beidem hat man ja meistens zu viel.

Ich war mit der U-Bahn auf dem Weg zur Uni, als sich ein Mann von Mitte 50 sehr nah vor mich hinstellte, sodass seine Nase beinahe meine Nase berührte, und laut und deutlich sagte: „Interessantes Gesicht, A-k-n-e v-u-l-g-a-r-i-s“. Es war nicht klar, wie sich diese beiden Satzteile aufeinander beziehen sollten: ob er meinte, das Gesicht sei trotz oder gerade wegen der Akne interessant. Eindeutig aber war, dass der Mann glaubte, mir eine Diagnose stellen und mich ungefragt beurteilen zu können. Jede Frau kennt diese Art der Kriegserklärung.

Sie zielt auf den Körper, auf alles, was daran vermeintlich „weiblich genug“ ist oder nicht. Und die Kategorie Haut ist sehr deutungsmächtig. Was gilt als weiblicher, im Sinne von begehrenswerter, als eine schöne und glatte Haut? Ich wurde also eingeteilt, von einem unhöflichen Mann in Kaschirmantel und Hut, der sich, auch nachdem er mich unter sein „Mikroskop“ gelegt hatte, nicht von der Stelle rührte. Ich hätte diese Anforderung zum Duell annehmen müssen, denke ich heute. Stattdessen verließ ich an der nächsten Haltestelle fluchtartig und beschämt das Abteil.

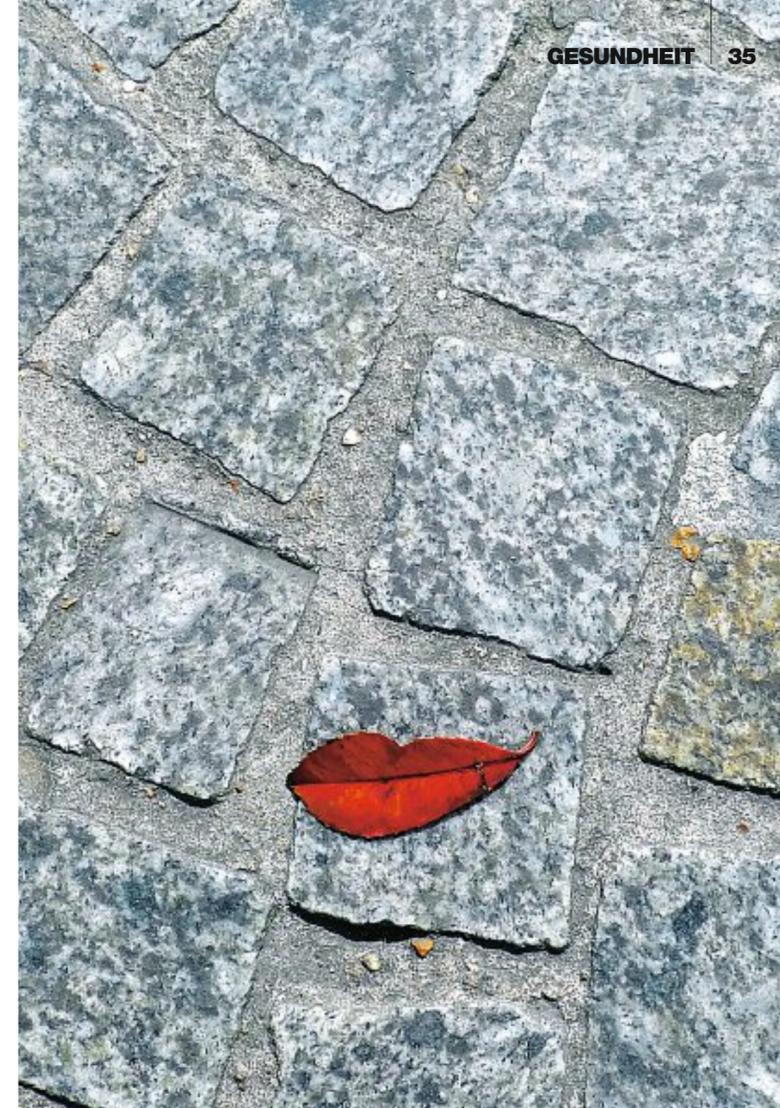
Der beste Grund, der mir dafür einfällt: dass ich bis zu jenem Moment verdrängt hatte, wie sehr meine Hautprobleme für alle sichtbar waren. Ich glaubte, und für den Zustand der Verdrängung ist das vollkommen normal, dass andere kaum etwas merken. Wenn man von der Haut spricht, tut man das häufig wie von einer Hülle, die das Innere schützt und zugleich in Kontakt steht mit der Außenwelt. Für mich war meine Haut eine Barriere, über die ich kein Wort verlor.

Eine Kommilitonin half mir aus dem Schweigen heraus. Gut gelaunt und unangreifbar höflich erschien sie zu Vorlesungen und vorbereitete einen Eindruck von Luxus und Abenteuer zugleich. Ob ich mal daran gedacht hätte, fragte sie, meine Haut ein bisschen abzudecken, nur ein klein wenig, denn es wäre vielleicht ganz schön?

Vorsichtiger und klüger als diese Frau hätte man es nicht sagen können. Jahre zuvor hatte sie mit einer schweren Krebserkrankung zu tun gehabt. Als ich ihre Frage irritiert abwies, überspielte sie meine Verstocktheit und wechselte freundlich das Thema. Wenige Wochen später allerdings ging ich zum ersten Mal zur Kosmetikerin.

Manchmal würde ich gerne die Rolle jener Freundin übernehmen. Besonders dann, wenn ich eine junge Frau mit Hautproblemen sehe und ahne, wie sie sich mit falschen Rezepten quält. Ich würde ihr gerne sagen, dass es das Wichtigste ist, sich nicht ständig ins Gesicht zu fassen, dass man lernen muss, die Haut in Ruhe zu lassen, dass sie, außer morgens und abends vor dem Spiegel, am besten gar nicht an ihre Haut denken soll. Dass sie nicht zu einer Kosmetikerin gehen soll, die vielsagend dabei zögert, ihr zu verraten, ob es besser oder schlechter geworden ist, und die ihr das Gefühl gibt, sie müsse unbedingt irgendwelche Produkte benutzen, um sich hautmäßig in Sicherheit zu bringen vor dem nächsten Ausbruch. Umgekehrt soll sie aber auch keine Angst haben vor dem Glamour, dem Hochglanz-Photoshop oder einem Skin-Care-Video mit Rio Viera-Newton und Alexa Chung. Kein makelloses Hautbild, kein Porzellanteint kann ihr etwas anhaben, solange sie nichts davon zu ernst nimmt, sich nicht vergleicht und solange sie Spaß daran hat, dass es überall noch etwas zu lernen gibt. Doch ich beiße mir auf die Zunge und sage nichts. Stattdessen lächle ich ermutigend, was wahrscheinlich genauso irritierend wirkt.

Es sind lauter kleine Dinge, lauter Tricks, die zum Repertoire der eigenen Pflege werden. Hat jemand eine problematische Hautgeschichte, fängt man irgendwann an, sie zu sammeln. Man spürt, an welchen Tagen ein Thermalspray genügt, wann welche Art von Maske nützt oder ob es Zeit wird, die Creme gegen ein Feuchtigkeitserum zu wechseln. Die Haut verändert sich ständig, und ihre Bedürfnisse auch. So habe ich zum Thema, wie man am besten älter wird, neulich einen Griff für die Gesichtsmassage



von Sophie Carbonari gelernt. Die Londoner Spezialistin für Gesichter und Pflege („facialist“) zeigte ihn auf Youtube der schönen Caroline de Maigret. Er geht so: Zuerst kreist man mit dem Zeigefinger auf der Kinnmitte, danach unter den Mundwinkeln und zum Schluss streichen Zeigefinger und Daumen die Kinnlinie in sanftem Griff nach außen. Das ist angenehm und förderlich für das Kollagen. Außerdem spürt man den Druck, der einem unter der Haut sitzt, und dann, wie dieser Druck weniger wird. „Alles was Ihnen hilft, offener zu sein, ist gut“, sagte mir mal eine Ärztin. „Alles was Ihnen hilft, sich und Ihre Haut zu entspannen, ist gut“, sage ich mir selbst, denn mittlerweile weiß ich auch das: Respektvolle Selbstgespräche gehören zu einer guten Hautpflege unbedingt dazu.

Die erste Kosmetikerin seufzte leise, als sie mich untersuchte. Sie wusste nicht, ob sie das schaffe, sagte sie, aber sie fange zumindest mal an. Nach ein paar Sitzungen schickte sie mich in eine Hautarztpraxis, wo ich eine mehrstufige Behandlung mit Fruchtsäure bekam. Die für die Akne typische Verhornungsstörung in der obersten Schicht der Epidermis sollte gelockert werden, wodurch tiefere regenerative Prozesse angeregt würden und sich ein neues Hautbild entfalten sollte.

Der Arzt riet, zwei Tage lang lieber nicht in den Spiegel zu schauen. Es könnte sein, dass die Haut, trotz Vorbereitung, heftig auf das Peeling reagiere. Zu Hause im Spiegel sah ich dann eine Fremde, die mir einen riesigen Schreck einjagte. In ihrem Gesicht waren überall kleine Verätzungen entstanden; die Alphahydroxysäure hatte wohl ein paar Sekunden zu lang gewirkt.

Als der Schorf abgefallen war, wurde es besser. Was nicht heißen soll, dass die Haut von nun an Grund zur puren Freude oder eine andere Therapie vielleicht besser gewesen wäre. Für eine Freundin brachte das Fruchtsäurepeeling wenig. Für mich war es ein Durchbruch, der tiefe Spuren hinterlassen hat. Ich hörte auf, mich vor meiner eigenen Haut zu fürchten. Erst so sah ich, wer sie eigentlich ist, meine Haut. Noch ehe man es bemerkt, fängt man an, sie zu mögen, und zu verstehen, was sie braucht.

In einem Podcast sagte die britische Journalistin und Psychoanalytikerin Susie Orbach vor einigen Monaten, dass sie es noch nie leiden konnte, wenn Leute ihr ständig nicht nur einen guten, sondern immer gleich einen großartigen Tag wünschen. Als sei es verpflichtend, ständig an einem Optimum zu kratzen. Sie würde, sagte Orbach, gerne den Tag haben dürfen, den sie gerade hat. Für die Haut ist dieser Satz ein Segen. Die Haut haben zu dürfen, die man hat, und in ihr zu leben. Es ist keine Übung in Bescheidenheit, sondern in Glück.

ILLUSTRATION SARAH LLENBERGER

NICHTS IST UNHEILBAR

Von Celina Plag

Menschen, die gar nicht krank sind, sehnen sich nach Genesung. Wo finden sie diese? Und woher kommt der Trend?

Gelbe Blüten an langen Sträuchern lassen ihre Köpfe hängen. „Das ist Johanniskraut und ein gutes Beispiel dafür, was Marketing mit einer Pflanze machen kann“, sagt Tash English und berührt sie vorsichtig. Ein Käfer krabbelt ihr über die Hand. „Jeder kennt Johanniskraut als Wirkstoff gegen leichte Depressionen. Weil es Nerven heilt, ist es aber auch ein natürliches Mittel bei Verbrennungen und Wunden.“

Die Australierin hat ein Diplom in westlicher Kräutermedizin. In Berlin gründete sie 2013 Avant Garden Life, eine Anlaufstelle für Kräuterkunde, Workshops und Gesundheits-Coachings. Seit zwei Jahren ist aus dem Projekt eine Vollzeitbeschäftigung geworden. In ihrem Garten in Brandenburg und dem angrenzenden Kiefernwald ist sie regelmäßig unterwegs. Aus Kräutern stellt sie Räucherbündel und Salben her, Essenzen und Tinkturen, allesamt Pflege- und Heilmittel. In Workshops nimmt sie Interessierte mit. Und in ihren Coachings gibt sie Tipps, wie man mit Ernährung und Heilmitteln seine körperliche und spirituelle Gesundheit selbst kontrollieren kann.

Avant Garden Life ist nur eines von vielen Konzepten aus Naturheilkunde, Wellness, Gesundheit und zuweilen Magie, die in und um Großstädte entstehen. Ihre Akteure sind Kräuterkundler, Schamanen oder Wellness-Therapeuten, ihre Methoden fußen auf jahrhundertealtem Wissen und Praktiken. Zu ihnen kommen Menschen auf der Suche nach Heilung – selbst wenn sie nicht erkrankt sind.

In den Vereinigten Staaten hat dieses Heilungskonzept schon längst kommerzielle Formen angenommen. Dort gibt es Boutiquen, die mit ihrem gemischten Sortiment dem entsprechen, was man gemeinhin unter einem Concept-Store versteht, die sich aber lieber „apothecary“ nennen. Bei den angebotenen Produkten handelt es sich nicht um pharmazeutische Medikamente im juristischen und verschreibungspflichtigen Sinne. Trotzdem ist alles irgendwie Medizin.

Auch in der Lifestyle-Welt gibt es solche Angebote: heilende Mondschein-Creme im Luxustiegel, Wahrsagerinnen, die auf Partys in Vor-Corona-Zeiten als Spektakel den Seelenfrieden der Gäste angeblich wiederherstellten, und natürlich – Gwyneth Paltrow. Eine erstgenannte Überschrift auf ihrer digitalen Wellness-Plattform Goop: „Können planetarische Gongs deine astrologischen Wunden heilen?“

Was auch immer damit gemeint ist – mit „Wunden“, die „geheilt“ werden wollen, lässt sich anscheinend Geld verdienen. Heilung, das wird auch hierzulande zunehmend zu einer Art Lebensinhalt. Aus den Lohas – den Anhängern des „Lifestyle of Health and Sustainability“ – werden auf diese Weise Fans eines „Lifestyle of Healing and Sustainability“. Ein Zustand des Krankseins wird stets mitgedacht.

Wer sich im Netz und in den sozialen Kanälen die bunte Welt der Heiler anschaut, der kann sich darüber nur wundern, strahlen einen doch überall



junge, schöne, vitale Frauen und einige Männer an, die so gar nicht krank aussehen. Wovon müssen die geheilt werden? Wie genau? Und warum gerade jetzt?

Tash English verweist zunächst auf ein grundlegendes Problem: Viele Menschen litten mehr oder weniger stark darunter, von der Natur abgekoppelt zu sein, was in jedem Fall unnatürlich sei. Für sie selbst war das Eintauchen in die Kräuter- und Heilwelt eine Rückkehr zu ihren Wurzeln. „Die Pflanzen“, sagt sie, „haben mich zurückgerufen.“

English ist in ihrer Kindheit oft umgezogen und viel gereist. Sie lebte in ländlichen australischen Hippie-Gemeinschaften mit ihrer Mutter, die schon als vegetarische Köchin arbeitete, als das noch ungewöhnlich war. „Das war alles sehr alternativ“, sagt sie und lacht. Als junge Erwachsene zog es sie nach Berlin, wo sie zunächst in der Mode arbeitete. Ein Kontrastprogramm.

Etwas gleichzeitig mit ihrem damaligen Mitbewohner, der anfangs, chinesische Heilmedizin zu lernen, begann auch sie ihr Studium der westlichen Kräutermedizin, für das sie zurück nach Australien ging. Drei Jahre Vollzeit, sechs Jahre Teilzeit. In ihrem Leben in der Großstadt fühlte sie sich zunehmend unausgeglichen. Ihr Lebensstil war ungesund und unstet. Ihr Körper gab ihr die entsprechende Rückmeldung, sie litt unter Hautausschlägen. English war selbst ihre erste Patientin. Heute berät sie andere.

Zu ihr kommen Menschen mit verschiedenen Problemen, vom chronischen Husten bis zur schlechten Verdauung. Symptome, wie sie Heilpraktiker eigentlich schon immer behandeln. „Ich merke, dass in letzter Zeit viel mehr Leute unter Angstzuständen und Panikattacken leiden“, sagt English. Die Corona-Pandemie mit all ihren Unsicherheiten sei dafür zwar nicht die Ursache, die Symptome habe es schon vorher

Rückkehr zu den Wurzeln: Tash English von Avant Garden Life stellt aus Kräutern Essenzen her.

gegeben. Aber die Corona-Zeit habe diese Probleme wesentlich sichtbarer gemacht.

Lea, Mitte 30, die lieber anonym bleiben möchte, hatte wegen psychischer Probleme schon einige Therapien hinter sich, als sie zum ersten Mal zu einer Schamanin ging. „Ich war überrascht, was sie über mich wusste, aber eigentlich nicht wissen konnte.“ In der ersten Sitzung machte die Heilerin mit ihr ein im Schamanismus gängiges Trommelritual. „Ein anderes Mal ging es darum, Seelenanteile zurückzuholen, die schon vor der Geburt verlorengegangen sind“, erzählt Lea und muss selbst lachen, so absurd klingt es, rational betrachtet.

Ob es geholfen habe? Lea zögert. „Tatsächlich sind in diesem Jahr schon viele schöne Dinge passiert, die die Schamanin prophezeit hat.“ Ob das an deren Kräften liegt oder an dem Placebo-Effekt, der Lea durch die Prophezeiung Energie und Selbstbewusstsein gegeben hat, sei dahingestellt. Ihre Schamanin wird sie wieder besuchen.

Sie kann es sich erlauben. Viele Menschen, die Heilung nötig haben, können das nicht. Deswegen ist sich auch Narumi Mastroscianni bewusst. In diesem Jahr hat sie in Berlin Eros and Botany gegründet, ein Label rund um „Kräuter der Befreiung“ und „sexuelle Dekolonisierung“. Sie gibt Tipps zu spiritueller Pflanzenmedizin und zum „yoni steaming“, einem Dampfbad für die Gebärmutter, das je nach Kräuterzusatz angeblich eine Reihe von Menstruations- und Unterleibsbeschwerden lösen kann.

Auch das gehört zum traditionellen Heilwissen. Die neuen Heilmethoden sind häufig alt. Aber mit einem global klingenden Namen und einer Instagram-Präsenz bewegen sie sich in der Lebenswelt ihrer Kunden. Narumi Mastroscianni weist auch darauf hin, dass medizinische Forschung und Lehre bislang vorrangig am Mann stattfinden. „Das momentan existierende Gesundheitssystem baut auf Sexismus auf.“

Tash English hat auch schon Workshops bei der Umweltschutzbewegung Extinction Rebellion gegeben. An diesen Beispielen zeigt sich, dass es bei dem Wunsch nach Heilung auch um kollektive Traumata gehen könnte, um Marginalisierungserfahrungen und strukturelle Ungleichheiten. Man könnte sagen: Die Welt, in der wir leben, ist krank, und Wellness und Heiler versuchen, Linderung zu verschaffen. Darin liegt eine Form politischen Protests, wie das schon die amerikanische Schriftstellerin Audre Lorde mit ihrem Konzept der radikalen Selbstpflege vordachte: „Mich um mich selbst zu kümmern ist keine Selbstgefälligkeit. Es ist Selbsterhaltung, und das ist ein Akt der politischen Kriegsführung.“

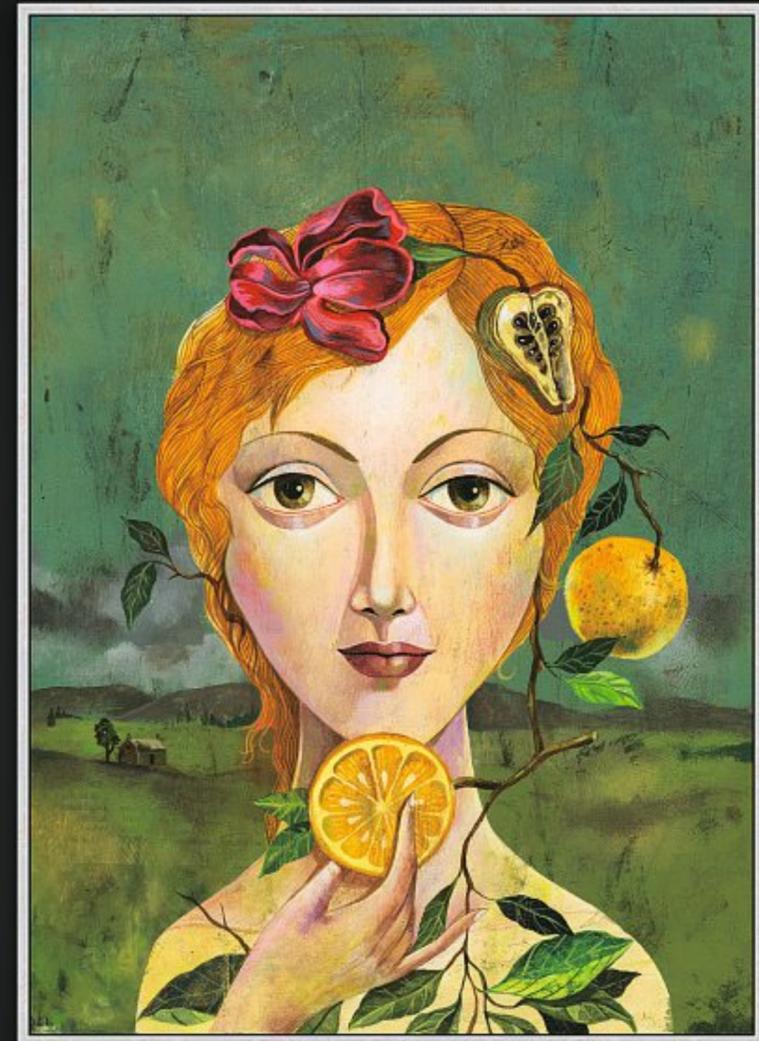
Dass die Menschen nach Heilung suchen, kann auch Melanie Dal Canton bestätigen. Sie betreibt seit sieben Jahren im wohlhabenden Berliner Ortsteil Prenzlauer Berg eine Boutique und einen Anwendungsraum für Kosmetik, MDC Cosmetic. Wo man nicht mehr körperlich arbeite, hätten sich die Beschwerden ins Seelische verschoben, sagt sie. „Die Menschen wissen schon, wo der Schuh drückt. Allerdings oft nicht so recht, was dagegen hilft.“ Sie erlebe, dass Kunden unter permanentem Stress stünden, resultierend aus dem Druck, Entscheidungen treffen zu müssen. Die Dauerbeschallung durch die sozialen Medien verstärke das noch.

Zugleich beobachte sie eine größere Bereitschaft von Menschen, über ihre Sorgen, Ängste und Probleme zu sprechen. Besonders die mentale Gesundheit sei heute nicht mehr ein so großes Tabuthema wie noch vor einigen Jahren. „Vielleicht hat sich gar nicht so viel verändert“, sagt Melanie Dal Canton. „Außer, dass wir uns heute trauen, Heilung zu suchen und einzufordern.“

FOTO CELINA PLAG

Frankfurter Allgemeine
Magazin

Edition



Olaf Hajek: Oranges are not the only Fruit

Auflage 150 — handsigniert — 123,8 x 88,8 cm
Fotoabzug unter Acrylglas im Schattenfugenrahmen ab 1299 €

Olaf Hajek verbindet die Porträtmalerei und das Stillleben zu einer nie gesehene neuen Kunst. Vertraute Motive verfremdet er zu surrealen Arrangements. In die geheimnisvollen Erzählungen des Künstlers fließen viele Epochen und Kulturkreise ein. Hajek, der 1965 in Rendsburg geboren wurde, zog nach dem Grafikdesign-Studium an der Fachhochschule in Düsseldorf nach Amsterdam. Dort begann er, frei zu malen. Heute lebt er in Berlin und Kapstadt. Auch seine vielen Reisen machen den Künstler zu einem Grenzgänger der Kulturen. Für die Titelseite des F.A.Z.-Magazins vom Juli 2018 schuf er das Kunstwerk, das nun in der Frankfurter Allgemeine Magazin Edition in Zusammenarbeit mit LUMAS erhältlich ist. Art.-Nr.: OHA55

Jetzt bestellen: lumas.com/faz

Frankfurter Allgemeine
Magazin

LUMAS
THE LIBERATION OF ART

ÖLWECHSEL

Von Kathrin Bierling

Schwangerschaftsstreifen gehören zu den gefürchteten Begleiterscheinungen, wenn sich der Körper verändert. Was kann man dagegen tun? Und helfen Produkte?

Mit 40 Jahren bin ich dieses Jahr zum ersten Mal schwanger geworden. Dick war ich zuvor nie, nicht einmal einen Bauchansatz hatte ich. Ich musste also davon ausgehen, dass ich mit meinem Bindegewebe neue Erfahrungen mache. Es entstehen Dehnungstreifen, Schwangerschaftsstreifen, die man später ohne Laser nicht mehr wegbekommt. Die weiß schimmernden Streifen treten nicht nur bei Wachstumsschüben des Kindes auf, sie können sich auch in der Pubertät abzeichnen und bei forciertem Muskelaufbau.

Öl auf der Haut allein bringe nicht viel, heißt es häufig. „Es ist nicht die Wirkung des Öls, sondern die Kombination aus Pflegewirkstoff und Massage-technik“, sagt auch die Hamburger Dermatologin Anna Brandenburg. Man muss deshalb bei Dehnungsmassagen ansetzen. Ist die Haut vorgedehnt, reißen die Kollagen- und Elastinfasern der Unterhaut nicht. Und dafür braucht es eben doch Öle und Cremes. Mich erinnern die schönen Fläschchen in meinem Badezimmer immer an die täglichen Massagen.

Die Zupfmassage sei die beste Vorbereitung, sagen Dermatologen. „Die Bindegewebszellen in der Haut, die sogenannten Fibroblasten, sind biologisch darauf programmiert, auf mechanische Stressreize zu reagieren“, sagt die Münchner Dermatolo-

gin Patricia Ogilvie. Sie empfiehlt Zupfmassagen mit zwei Fingern, sogenannte Überschussmassagen. Von der Flanke beginnend arbeitet man sich bis zur Bauchmitte vor und bereitet das Hautbindegewebe so auf die plötzliche Umfangsvermehrung vor. „So kann man Dehnungstreifen vorbeugen.“

Ich halte mich daran. Vom dritten Trimester an bekomme ich zusätzlich Unterstützung von innen: Das Kind tritt und stemmt sich gegen die Bauchdecke und dehnt sie in alle Richtungen.

Was beim Einreiben wichtig ist: das Öl am besten direkt in die feuchte Haut einmassieren. Außerdem sollte man nicht ausschließlich auf Öl setzen, denn das trocknet die Haut auf Dauer zu stark aus. Daher verwende ich mindestens einmal die Woche eine Feuchtigkeitscreme. Die am wichtigsten zu behandelnden Stellen bei einer Schwangerschaft sind natürlich Bauch, Busen und Hüften. Aber auch am unteren Rücken können Streifen entstehen.

„Interessanterweise bemerken wir seit einigen Jahren deutlich weniger schwangerschaftsbedingte Dehnungstreifen, als es früher der Fall war“, sagt die Dermatologin Ogilvie. „Das liegt vor allem daran, dass werdende Mütter besser darüber informiert sind, wie diese Dehnungstreifen entstehen.“



Testerin:
Kathrin Bierling



PLATZ 1 ZIEHT EIN

Dieses Produkt ist sogar geeignet, wenn man schnell ins weiße Satin- kleid schlüpfen will. Mit einem neuartigen Wirkstoffkomplex soll es Dehnungstreifen in vierfacher Hinsicht vorbeugen: in Länge, Tiefe, Farbe und Breite. Auf die Massagen würde ich dennoch nicht verzichten. Das weiße Fluid zieht von allen Testprodukten am schnellsten ein. Es ist fast geruchsneutral, hat allenfalls einen Hauch von lieblicher Frische und hinterlässt keinen Film. An Tagen, an denen man schnell ins Schwitzen kommen könnte, verwenden ich nur noch dieses Produkt. 13 Stunden später habe ich das Gefühl, nachcremen zu wollen oder mal mit einem Öl drüber zu gehen.

Clarins Body Partner, 175 ml, 53 Euro

PLATZ 2 PFL egt

Wie bei vielen Schwangerschaftsölen ist auch hier der Hauptbestandteil Sonnenblumenöl. Doch im Vergleich zu anderen riecht dieses auch danach. Ich mag das. Die Formel soll die Haut nähren und schützen. Beim Einölen habe ich das Gefühl, die Haut für mehrere Stunden reichhaltig zu versorgen. Wenn sie nach der Verwendung eines anderen Öls mal spannt oder gar schuppig wirkt, dann hilft mir dieses Produkt zuverlässig. Wichtig: Wenn man sich im Anschluss gleich anziehen möchte, den Bauch nach der Anwendung mit einem Handtuch leicht abtupfen.

The Organic Pharmacy Stretch Mark Oil, 100 ml, 38 Euro

PLATZ 3 RIECHT

Das vielleicht am häufigsten empfohlene Produkt – und nicht zu Unrecht, wie ich herausfinde. Die Haut fühlt sich noch nach mehr als 24 Stunden nicht trocken an. Allerdings ist die reichhaltige Pflege den Kleidern anzusehen, selbst dann, wenn man vor dem Einkleiden eine halbe Stunde nackt durch die Wohnung tanzt. Den Geruch hätte ich in Zeiten vor der Clean-Beauty-Bewegung als gewöhnungsbedürftig empfunden. Er hätte mich an Leute erinnert, die sich in pillenden Wollpullovern an Teetassen klammern. Aber heute, da ich selbst „There is no Planet B“ auf meinem Sweatshirt trage und mein WC-Reiniger mit Patchouli probiotisch wirkt, geht der Geruch aus Mandelöl, Arnikablüten und Weizenkeimöl in Ordnung.

Weleda Schwangerschaftsöl, 100 ml, 15,95 Euro

PLATZ 4 FLIESST DÜNN

Es ist das einzige Produkt in dieser Testreihe, mit dem ich mir spontan den ganzen Körper einreibe, also auch Arme, Schultern, Rücken, Beine samt Fußrücken. Das dünnflüssige Öl verteilt sich herrlich auf der Haut und riecht schön kräuterig. Das liegt am Rosmarin. Doch Hauptinhaltsstoff ist auch hier Sonnenblumenöl. Der wichtigste Wirkstoff ist ein Extrakt aus Efeu, der gegen Cellulite helfen soll. Da horcht man als Schwangere noch mal auf. Schließlich wird das Bindegewebe in den 40 Wochen von Monat zu Monat immer weicher.

Vitalis Dr. Joseph Extra Glow Tonic Body Oil, 100 ml, 16 Euro

PLATZ 5 SCHÜTZT

Warum dieses Öl Breathless heißt, wird mir ein Rätsel bleiben. Denn so nimmt man unweigerlich einen tiefen Atemzug ein beim Öffnen und Anwenden und dann noch einen und noch einen. In diesem Test riecht kaum etwas so gut wie der herrliche Blutorangenduft. Auch das Öl ist ergiebig. Hauptbestandteile sind Öle der süßen Mandel und der Macadamianuss. Es macht die Haut, egal wie trocken sie ist, schnell weich und geschmeidig. Zusätzlich ist das Produkt mit Vitamin E angereichert. Das schützt die Haut vor freien Radikalen, die das Hautfett angreifen, und es hilft der Haut dabei, Feuchtigkeit länger zu speichern. Das geschmeidige Ergebnis hält noch 14 Stunden später an.

Aesop Breathless, 100 ml, 28 Euro

PLATZ 6 BLEIBT DEZENT

Patchouli- und Rosenöle, vor diesem Geruch habe ich Angst. Aber siehe da, er ist ganz harmlos, geradezu dezent. Ich rieche lediglich eine noch sehr junge, hellgrüne Rose bei Regen. Patchouli nehme ich erst wahr, wenn das Öl mit Sonne in Verbindung kommt. Apropos: Mit diesem Öl könne man auch in die Sonne gehen, sagt die Ipsium-Gründerin. Sie selbst mache es bei dem schönen Wetter in ihrer Heimat Australien regelmäßig so. Das bedeutet nicht, dass mit diesem Öl auf der Haut ein Sonnenbad zu empfehlen ist. Ich habe es ausprobiert – und einen Sonnenbrand kassiert.

Ipsium Best Skin Body Oil Patchouli Rose, 100 ml, 62 Euro

PLATZ 7 LÄUFT ÜBER

Die Haut fühlt sich noch lange nach der Behandlung gut gepflegt an, ohne dabei zu ölig zu wirken. Und das, obwohl der Verschluss der Glasflasche viel zu groß ist, um sparsam dosieren zu können. Bei diesem Produkt handelt es sich wohl wirklich um ein Massageöl für Profis. Zum Glück wird der Hauptinhaltsstoff Haselnussöl aufgrund seiner feinen Struktur schnell von der Haut aufgenommen. Das Öl ist eine feste Größe unter den Schwangerschaftsprodukten und schon seit 1966 auf dem Markt.

Clarins Huile Tonic, 100 ml, 53 Euro

PLATZ 8 ÖLT ÜBERALL

Der Klassiker, den man sich schon als Teenager aus französischen Apotheken mitbrachte: Das Nuxe-Öl mit Sprühspender in der Glasflasche. Der Duft ist sinnlich: Orangenblüte, Magnolie und Vanille. Das Trockenöl lässt sich leicht verteilen, zieht gut ein, und eine Zupfmassage ist damit hervorragend möglich. Weitere Pluspunkte: Man kann es auch für die Haare verwenden und fürs Gesicht.

Nuxe Huile Prodigieuse, 100 ml, 31 Euro

PLATZ 9 SPANNT

Auch dieses Öl aus Deutschland soll Schwangerschaftsstreifen vorbeugen und zugleich straffen. Es besteht aus natürlichen Ölen, gewonnen aus Oliven und Mandeln, und Algenextrakten. Der Duft ist sanft und angenehm, wie ein dezentes Babyöl: Das entspannt sogar die Gesichtszüge. Abends habe ich das dringende Bedürfnis nachzuölen, aber weniger des Dufts als der Haut wegen, die spannt. Ein weiterer kleiner Minuspunkt: Wegen eines eingesetzten Plastikteils tropft nicht viel raus aus der Glasflasche, weshalb man ständig wild schütteln muss.

Boep Straffendes Körperöl, 125 ml, 16 Euro

PLATZ 10 DUFT ET

Riecht sehr natürlich. Und wie andere Dr.-Hauschka-Öle ist leider auch dieses recht schnell leer. Aber es erfüllt seinen Zweck: Die Haut fühlt sich lange wohlgenährt an, und Bade- und Umkleidezimmer duften noch Stunden später ätherisch. Hauptbestandteil ist gewöhnliches Sonnenblumenöl, eines aus kontrolliert biologischem Anbau immerhin. Sonnenblumenöl hat die Eigenschaft, schnell einzuziehen. In diesem Trägermaterial werden beim Herstellungsprozess Schlehenblüten und Birkenblätter eine Woche lang auf Körpertemperatur erwärmt und morgens und abends aufgemischt. Das sorgt für die Entfaltung weiterer Wirkstoffe, die hautkräftigend wirken sollen.

Dr. Hauschka Schlehenblüten Pflegeöl, 75 ml, 15 Euro

PLATZ 11 KRÜMELT

Das Gel ist explizit nicht fettend. Laut Beschreibung reicht eine einmalige Anwendung pro Tag aus. Man müsse es lediglich sanft einmassieren. Die Haut fühlt sich allerdings Stunden später schon wieder so an, als hätte man gar nichts draufgetan. Nachcremen sollte man daraufhin auf keinen Fall. Dann krümelt das Gel. Der Duft ist neutral und riecht ein bisschen nach Almdudler-Schorle.

Lierac Phytolastil Gel Prévention Vergetures, 400 ml, 23,90 Euro

PLATZ 12 KANN REIZEN

Zwischendurch mal cremen, sagt auch die Hebamme. Dafür gibt es den Klassiker aus der Parfümerie von Méthode Jeanne Piaubert in typisch weiß-türkisfarbener Verpackung. Zwar riecht die Antri-Streifen-Creme beim Auftragen nach alter Frau, aber irgendwie ist das schon wieder schick. Weniger schick ist die Zusammensetzung des Produkts. So hat Triethanolamin, kurz TEA, ein hohes Allergiepotezial und kann die Atemwege reizen. Wem ist die Schönheit dieses Risiko wert?

Jeanne Piaubert Vergeturyl Creme, 200 ml, 56 Euro

CAMOUFLAGE AUS KAJAL

Kleine Begleiterscheinung der Masken:
Wir schauen einander wieder tiefer
in die Augen – und sehen auch mal
Make-up. Das Fotografen-Duo *Schmott*
erkennt ein Muster.

1. Alverde, Eyeliner Automatic, 17 Aquatic Blue
2. Clinique Cream Shaper for Eyes, 105 Chocolate Lustre
3. Estée Lauder, Double Wear Stay-in-Place Eye Pencil, 05 Night Violet
4. Manhattan, Endless Stay Waterproof Gel Eyeliner, 004 Aqua Sparkle
5. Chanel, Le Crayon Khôl, Marine
6. Givenchy, Khôl Couture Waterproof, 12 Iris
7. Dr. Hauschka, Eye Definer 04
8. Trend It Up, Contour & Glide Kajal, 031
9. Lavera, Soft Eyeliner, Blue 05
10. Nars, High-Pigment Longwear Eyeliner, Sunset Boulevard
11. Lancôme, Ombre Hypnôse, 07 Bleu Nuit
12. Essence, Kajal Pencil, The Mari-Time
13. Dior, Diorshow 24H Stylo, 861 Matte Red
14. MAC, Chromagraphic Pencil, Process Magenta
15. Sensai, Lasting Eyeliner Pencil, 01 Black
16. Catrice, Kohl Kajal, 260 So Bluetiful!

Mehr



Mit der Hormonumstellung in der Schwangerschaft wuchs die Brust: Lisa Unkelbach hat sich für eine Operation entschieden.

Foto Julia Zimmermann

Lisa Unkelbach hat Grund, stolz auf sich zu sein. Ihre Lebensgeschichte ist außergewöhnlich. Als die Berlinerin im Alter von 15 Jahren ungewollt schwanger wurde, waren viele überzeugt, sie würde zum Sozialfall werden. Mit ihrer Tochter Sophie kam sie in ein Mutter-Kind-Heim. Sie schaffte etwas, womit niemand in ihrem Umfeld gerechnet hatte: Sie lenkte ihr Leben in geordnete Bahnen. Jetzt ist sie in der Ausbildung zur Erzieherin. „Ich bin sehr stolz auf mich und überglücklich, Mama zu sein“, sagt sie. Lisa Unkelbach ist heute 22 Jahre alt. „Trotzdem bin ich oft traurig. Ich wünschte, mein Busen wäre nicht so riesig, sondern deutlich kleiner, so wie vor meiner Schwangerschaft.“

Damals trug sie ein B-Körbchen. Das passte zu ihrer zierlichen Statur. Bedingt durch die Schwangerschaft und die damit verbundene Hormonumstellung wuchsen ihre Brüste so stark, dass sie heute Körbchengröße F braucht – obwohl sie nach wie vor 52 Kilogramm bei 1,66 Meter Körpergröße wiegt. Ihre Oberweite ist mittlerweile so groß, dass sie nicht mehr zu ihrem Körperbau passt. Sie wünscht sich einen kleineren Busen.

So scheint es immer mehr Frauen zu gehen. Diesen Trend spiegeln zumindest die Zahlen der Vereinigung der Ästhetisch-Plastischen Chirurgen (VDÄPC) für vergangenes Jahr wider: 2407 Brustverkleinerungen wurden 2019 in Deutschland vorgenommen – das sind 7,6 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Damit steht die Brustverkleinerung an Platz fünf der häufigsten ästhetisch-plastischen Eingriffe bei Frauen.

Mit welchen gesellschaftlichen Entwicklungen dieser Anstieg zu tun haben könnte, erklärt Paula-Irene Villa Braslavsky, die an der Ludwig-Maximilians-Universität München einen Lehrstuhl für Soziologie und Gender Studies hat: „Je größer die Brust, desto mehr Eigenleben hat diese, desto mehr springt, schwabbelt und bewegt sie sich, einfach, weil mehr Masse vorhanden ist. Dieses Eigenleben von Körperpartien gilt in der Gegenwart als prinzipiell problematisch.“ Ideal sei heutzutage der skulptural-straffe Körper, der aussehe wie eine Marmorstatue, nichts Eigensinniges mehr mache und vollkommene Beherrschbarkeit und Disziplin ausdrücke.

Aber ist dieser Wunsch nach einem skulptural-straffen Körper wirklich ein Grund dafür, dass sich Frauen zu einer Brustverkleinerung entschließen? Schließlich handelt es sich um eine aufwendige und teure Methode, die zwischen 5000 und 8000 Euro kostet und nur im Einzelfall von der Krankenkasse übernommen wird, wenn eine medizinische Indikation vorliegt.

DAS STARREN DER MÄNNER

Fragt man Lisa Unkelbach, was sie zu dem Schritt bewogen hat, erzählt sie davon, wie sie ständig angestarrt werde. Sie versuche zwar, ihre großen Brüste zu kaschieren, aber das bringe nicht viel. Ob sie an der Supermarktkasse stehe, an einer Ampel, ob sie sich mal bücke, um etwas vom Boden aufzuheben oder nur schnell einen Brief in einen Postkasten werfe – das Starren der Männer begleite sie. „Natürlich versuche ich, diese lästigen Blicke zu ignorieren“, sagt sie. „Leider gelingt mir das nur selten.“ Der Leidensdruck ist auch deshalb groß, weil die junge Frau ihre Brüste selbst nicht schön findet. „Wenn ich



Diät und Sport brachten nichts, die Brust blieb groß: Elsa Schiller hat die OP hinter sich und pro Brust ein Kilogramm an Gewicht verloren.



„Ich hatte das Gefühl, mein Busen hört nicht mehr auf zu wachsen“: Katrin Bauers Brustumfang vergrößerte sich in den Wechseljahren.
Fotos Christina Pabuke

oder weniger

Eine der am häufigsten vorgenommenen Schönheitsoperationen ist die Brustverkleinerung. Was bewegt Frauen zu diesem Schritt?

Von Sabine Hoffmann

nackt vor dem Spiegel stehe, hängen meine Brüste wie zwei riesige, von Dehnungsstreifen übersäte Hautlappen plump herunter“, sagt sie. „Das sieht nicht sexy und attraktiv aus, sondern einfach nur schrecklich. Ich finde meinen Körper hässlich. Das ist sehr belastend.“

Ein Büstenhalter macht es nicht besser. Schöne BHs, die noch dazu gut sitzen, scheinen von einer gewissen Körbchengröße an aufwärts nicht mehr vorgesehen. Auch Katrin Bauer suchte vergeblich danach. Sie kann es sich, anders als Lisa Unkelbach, leisten, Modelle in teuren Fachgeschäften zu kaufen. Aber auch sie hatte keine Lust auf BHs im Großmutterstil.

Katrin Bauer, die eigentlich anders heißt, hatte schon immer einen großen Busen, trug bereits als Jugendliche 75 D. Bedingt durch die Hormonumstellung in den Wechseljahren nahm ihr Brustvolumen noch mal stark zu. „Ich hatte das Gefühl, mein Busen hört gar nicht mehr auf zu wachsen“, erzählt die gelernte Krankenschwester. Saß zunächst noch ein BH in Größe E, musste sie schon kurz darauf zu F greifen und passte zuletzt nur noch in ein G-Körbchen. Selbst da quoll ihr Busen oben heraus, und der Formbügel stach in die Achseln. Jahrelang praktizierte sie deshalb bei jedem BH-Kauf sicherheitshalber einen Test: Sie beugte ihren Oberkörper weit nach vorne und schüttelte sie, um zu überprüfen, ob ihre Brüste nicht doch aus dem BH fielen.

Auch bei ihr passten die Brüste, wie bei Lisa Unkelbach, nicht zur Statur. Katrin Bauer ist 1,58 Meter groß, hatte aber weit mehr als einen Meter Brustumfang. Bei ihr gleichen die Brüste zwei riesigen Ballons, die so prall waren, dass sie unter Spannungsschmerzen litt. „Mein Spruch war immer: Ich brauche keinen Pullover mehr, denn ich sehe schon mit BH angezogen aus.“

Da sie mit 49 Jahren wesentlich älter ist als Lisa Unkelbach, setzte die schwere Last der Brüste ihr auch körperlich zu. Ihr Rücken schmerzte ständig, Nacken und Schultern waren so verspannt, dass sie häufig unter Kopfschmerzen litt. Besonders in heißen Sommern empfand sie ihre große Brust als störend. In der Unterbrustfalte schwitzte sie stark. Um Entzündungen zu vermeiden, musste sie sich eincremen. Das sind typische Beschwerden von Frauen mit großen Brüsten – trotzdem sprechen die meisten nicht offen darüber.

Obwohl im Internet eine Flut von Bildern nackter Busen zu finden ist, in allen möglichen Formen und Größen, ist die eigene Brust für viele Frauen nach wie vor ein Tabuthema. Zufällig hörte Katrin Bauer, die aus der Nähe von Rosenheim kommt, beim Baden vergangenen Sommer, wie eine Frau einer anderen von ihrer Brustverkleinerung erzählte. Sie traute sich nachzufragen. „Sie war vollkommen begeistert von ihrem neuen Lebensgefühl nach der Brustverkleinerung und beschrieb, wie befreiend es sei, endlich die schwere Last ihrer Brüste losgeworden zu sein“, sagt Bauer. „Ich bin eigentlich gegen Schönheitsoperationen, aber das hat mich ermutigt, ein Beratungsgespräch bei einem Experten zu vereinbaren.“

Bauer wandte sich an Christoph Heitmann. Er ist plastischer und ästhetischer Chirurg mit Praxis in München und leitet das Brustzentrum der Frauenklinik Dr. Geisenhofer. Im Erstgespräch erzählte ihm Bauer, wie die Last ihrer Brüste ihr seelisch, aber vor allem körperlich zu schaffen mache. Es sind Probleme, von denen der Mediziner täglich hört. Seit mehr als 25 Jahren arbeitet Heitmann als Brustchirurg, er gilt mittlerweile als einer der Besten in Deutschland. „Stand der Ehemann auf große Brüste, ließen die Frauen früher erst nach dessen Tod eine Verkleinerung vornehmen“, sagt Heitmann. „Selbst wenn die Brust riesengroß war und der Rücken noch so schmerzte, trugen die Frauen lieber zwei BHs übereinander, um die schwere Last zu schultern.“ Heute seien die Frauen viel selbstbewusster geworden, wollten sich mit ihrem Körper in Einklang fühlen. Mittlerweile entscheiden sich deshalb nicht nur ältere, sondern auch viele jüngere Frauen für die Brustverkleinerung – egal, wie der Partner, die Familie und Freunde dazu stehen.

Im ersten Beratungsgespräch fragte der Chirurg Katrin Bauer zunächst nach ihren Wünschen. Sie träumte von einer Verkleinerung von G auf C. Das ist aber aus chirurgischer Sicht nicht umsetzbar. „Abhängig von der bestehenden Brustform kann man das Volumen nicht beliebig uneingeschränkt verkleinern“, sagt der Spezialist. „Die Brust entspringt nun mal mit einer gewissen Basis am Brustkorb, die sich nicht beliebig verkleinern lässt, ohne die Durchblutung des verbleibenden Gewebes zu gefährden.“ Mithilfe von Vorher-Nachher-Bildern zeigte

er ihr, was möglich ist. In Katrin Bauers Fall war, wie bei den meisten Frauen mit sehr großen Brüsten, eine Reduktion auf die Körbchengröße D realistisch.

DIE BRUST ALS SKULPTUR

Der Experte erklärte ihr, dass bei dem Eingriff das überflüssige Haut- und Drüsengewebe mit einem Skalpell entfernt wird. Die Brustwarze wird versetzt, bleibt aber innerlich an ihrem ursprünglichen Stiel, also mit der Brustdrüse verbunden. Sie wird mitsamt dem umgebenden Gewebe in die neue Position rotiert. „Dadurch bleibt die Sensibilität der Brustwarze erhalten, wenngleich es etwas dauern kann, bis sich das normale Gefühl einstellt“, sagt Heitmann. Die Stillfähigkeit kann nicht garantiert werden, ist aber prinzipiell möglich. Wobei dieser Aspekt Bauer nicht interessierte – die Familienplanung ist abgeschlossen, ihre Kinder sind 17 und 20 Jahre alt. „Später wird eine T-förmige Narbe um den Brustwarzenhof herum, im Stegbereich und in der Unterbrustfalte zu sehen sein“, sagt Heitmann. „Sie muss regelmäßig massiert werden, damit sie nicht wulstig wird. Im Laufe der Zeit verblasen die Narben aber in der Regel.“ Während der Operation wird die Brust wie eine Skulptur modelliert und gestrafft, indem der verbleibende Hautmantel zusammengezogen wird. „Ziel ist eine in der Form aufgerichtete, jugendliche Brust, die auch ohne BH steht.“

Natürlich wies der Brustchirurg sie auf die Risiken der Operation hin. „Bei Frauen mit extrem großen Brüsten kann es in seltenen Fällen zum Verlust der Brustwarze kommen.“ Infektionen des Wundgebiets treten selten auf und können zum Glück gut behandelt werden. Schwellungen und Blutergüsse sind allerdings normale Begleiterscheinungen. Dass die Brust später plötzlich wieder größer wird, ist möglich, aber ebenfalls selten: „Mit einem erneuten massiven Brustwachstum nach einer vorschriftsmäßig durchgeführten Brustverkleinerungsoperation ist nur in Ausnahmefällen zu rechnen.“ Was dem Chirurgen noch am Herzen liegt: „Vor dem Eingriff sollte eine Mammographie vorgenommen werden, um abzuklären, dass keine bösartigen Veränderungen in der Brust vorliegen.“

Damit sich die Patientinnen nicht überrumpelt fühlen, vereinbaren seriöse Brustchirurgen immer noch einen zweiten Beratungstermin zu einem späteren Zeitpunkt. So kann die Patientin noch mal gründlich überlegen, ob sie den Eingriff wirklich vornehmen lassen will.

Im Januar war es so weit. Gut zwei Stunden dauerte die Operation, bei der aus jeder Brust 500 Gramm Drüsengewebe entfernt wurden. Als Katrin Bauer aus der Narkose erwachte, raten ihre Brüste etwas weh, das sei aber dank Schmerzmittel erträglich gewesen. Schon zu diesem Zeitpunkt war eine Veränderung zu erkennen. Noch in der Klinik stellte sie sich immer wieder vor den Spiegel und bewunderte ihre Silhouette, die schon jetzt harmonischer aussah. Sechs Wochen musste sie einen Kompressions-BH tragen, durfte während dieser Zeit weder schwer heben noch die Arme über den Kopf strecken und auch nur wenig Sport machen. Obwohl das endgültige Ergebnis einer Brustverkleinerung in der Regel erst drei Monate nach der Operation zu sehen ist, fühlte sie sich schon zu diesem Zeitpunkt erleichtert. Mittlerweile ist alles abgeschwollen und verheilt, selbst die Narben sind kaum mehr zu sehen: „Es ist ein Wahnsinnsgefühl.“

Auch bei Elsa Schiller, die ebenfalls anders heißt, verläuft die Wundheilung gut. Gerade mal zwei Wochen ist ihre Operation her. Auch sie litt wie Katrin Bauer unter starken Rückenschmerzen. Bei ihr stimmten aufgrund der riesigen Brüste die Proportionen ebenfalls nicht mehr: unten schlanke Beine, oben Körbchengröße G. „Das hat mich unheimlich gestört“, sagt die 57 Jahre alte Managerin für Produktmarketing aus München. Über Jahre versuchte sie mit Hilfe von Sport, am Busen abzunehmen, ging Walken und machte Krafttraining. Wie viele andere Betroffene nahm sie überall ab – nur nicht am Busen. Zur Operation entschloss sie sich erst, als sie in einer Boutique zufällig eine Bekannte traf. Die erzählte ihr von ihrer Operation und ging sogar mit ihr in die Umkleidekabine, um ihr die neue Brust zu zeigen. „Die sah super aus, ich war restlos begeistert“, sagt die Mutter einer Tochter.

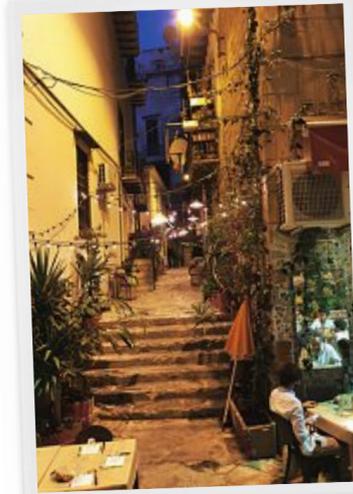
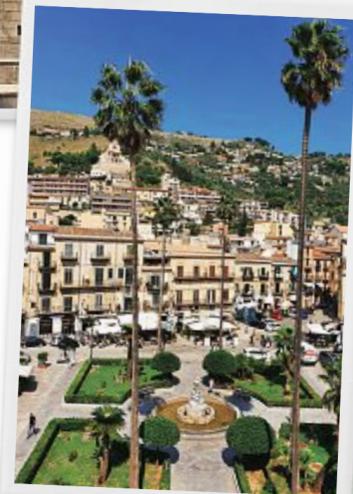
Mittlerweile hat sie selbst dank der Verkleinerung pro Brust ein Kilogramm Gewicht verloren. Sie erzählt davon, dass ihre Kleider wieder locker sitzen, die Rückenschmerzen weg sind und es ihr leichter fällt, Sport zu treiben. Mit ihrer Geschichte wollen Elsa Schiller und Katrin Bauer anderen betroffenen Frauen Mut machen. Lisa Unkelbachs Operation steht in einigen Monaten an.

// Mein Spruch war: Ich brauche keinen Pullover, ich sehe schon mit BH angezogen aus. //

Giovanni Falcone kämpfte gegen die Mafia – und wurde 1992 von ihr ermordet. In Palermo ist er ein Held, Denkmäler erinnern an ihn. Heute wollen sich immer weniger Sizilianer dem organisierten Verbrechen beugen. Stattdessen prägen Gruppen wie „Addiopizzo“ („Tschüss, Schutzgeld“) das Stadtbild.

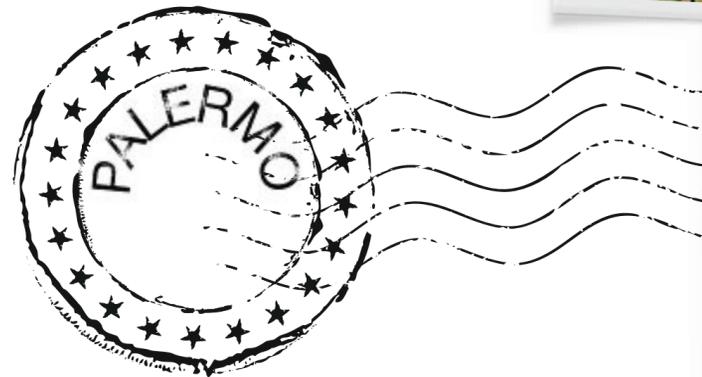


In Monreale, sieben Kilometer südwestlich von Palermo, steht die schönste Kathedrale Siziliens: eine Symbiose aus romanischer, arabischer und byzantinischer Baukunst. Vom Dach aus blickt man auf Marktplatz und Berge.



Palermo ist schön am Tag und wunderschön in der Nacht, wenn die Gassen in Gold getaucht scheinen. Am besten, man lässt sich treiben und stärkt sich mit einer Mandel- oder Zitronen-Granita, dem sizilianischen Sorbet.

Grüße aus



Die Hauptstadt Siziliens ist stolz auf ihr Streetfood, ihre Bauten – und den Sieg über die Mafia.

Von Leonie Feuerbach



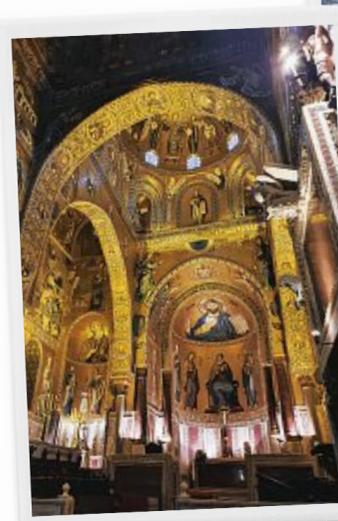
Laut Star-Koch Anthony Bourdain ist Streetfood in Palermo „deadly serious“. Auf jeden Fall ist es überall. Etwa in Vucciria, einem der historischen Märkte, wo bis in die Nacht frischer Fisch serviert wird.



Hier wachsen Kaffeebäume und Papayapflanzen: Der botanische Garten bietet Entspannung mitten im Trubel der Stadt.



Die Hofkapelle des Normannenpalasts, der an der höchsten Stelle des mittelalterlichen Stadtgebiets thront, beeindruckt durch ihre kunstfertigen Mosaiken. Sie gilt als Hauptattraktion Palermos.



20 Jahre lang war das Opernhaus wegen „baulicher Mängel“ geschlossen. Schuld war die Korruption in der Baupolitik. Seit der Wiedereröffnung 1997 symbolisiert das Teatro Massimo den Sieg von Stadt und Kultur über die Mafia. Am Hafen von Palermo kann man mit einem Aperitif in den Abend starten. Oft kommen die Getränke mit so vielen Knabberereien, dass man sich das Essen sparen kann.



HALLO FREMDE

Von Matthias Kreienbrink

Drag ist Transformation. Um das zu erleben, hat sich unser Autor selbst verwandeln lassen. Und er hat mit Dragqueens darüber gesprochen, was die Kunst für ihr Leben bedeutet.

Sie ist mir nicht ganz fremd, diese Person, die mich im Spiegel anschaut. Ich kann aber auch nicht sagen, dass ich sie kenne. Rot glitzernde Lippen, grüne, überzeichnete Augenbrauen, lange Wimpern. Das bin doch ich – oder zumindest eine Version von mir.

Jede Bewegung meines Gesichts ist nun mindestens doppelt so groß, jede Emotion deutlich sichtbar. Es ist keine zwei Stunden her, da blickte mich noch mein alltägliches Ich an. Matthias. Nun ist es die Person, die ich später „Betsy Bush“ nennen soll.

Drag ist kein Nischenphänomen mehr. Drag sieht man inzwischen im Fernsehen. Im vergangenen Jahr etwa auf Pro Sieben, wo Conchita Wurst, Heidi Klum und Bill Kaulitz durch „Queen of Drags“ führten. Oder auf Netflix: „RuPaul's Drag Race“. Dabei handelt es sich um Shows, in denen Dragqueens gegeneinander antreten, Formate, die Drag sichtbar machen. Alle Facetten von Drag zeigen sie aber nicht. Häufig reduzieren sie Drag auf das Glamouröse. Dabei ist Drag mehr. Deshalb möchte ich ausprobieren, was diese Transformation mit mir macht. Und ich möchte mit Dragqueens darüber sprechen, was sie empfinden, wenn sie sich verwandeln.

Bambi Mercury macht aus mir Betsy Bush. Bambi war Teil der Show „Queen of Drags“, wurde damit bekannt und kann inzwischen von Drag leben. Seit sechs Jahren ist sie eine Dragqueen. „Bei den ersten Malen in Drag sah das noch richtig schlimm aus – aber es hat sich immer richtig angefühlt“, sagt die Dreiunddreißigjährige. Damals war sie mit Freunden auf einer Party, auf der Dragqueens auftraten. Sie dachte: Das will ich auch machen. Sie ging zur Gastgeberin und fragte, ob das möglich sei.

Wenige Tage später stand Bambi auf der Bühne. Ein Freund, der Visagist ist, schminkte ihr das Gesicht. Auf der Bühne führte sie „Bette Davis Eyes“ von Kim Carnes auf. Wie das war? „Das hat sich einfach nur geil angefühlt.“

Anfang August treffen wir uns in der Wohnung von Bambi in Neukölln. Ohne Drag heißt Bambi übrigens Tim. Der Plan ist klar: Ich soll ein Drag-Makeover bekommen.

In Bambi Mercurys Wohnzimmer hängen die Wände voll mit Fotos. Von ihr und von anderen Drag-Artists. Plattencover von Madonna-Alben, Aufnahmen der Popsängerin Sandra, gerahmte Noten von „Bohemian Rhapsody“ von Queen. Von Freddy Mercury hat Bambi ihren Drag-Nachnamen. Und inmitten all dessen ein großes Bild von Friedrich dem Großen beim Flötenspiel.

Wir gehen ins Nebenzimmer, den Ankleide- und Make-up-Raum von Bambi. Offene Schränke mit Kostümen auf Kleiderbügeln, eine Galerie aus Perücken auf Styroporköpfen, auf dem Make-up-Tisch eine Glasflasche mit abgetrennten Barbie-Köpfen. Hier entsteht Bambi Mercury. Mit Schminke, Kleidung und fremden Haaren wird aus Tim eine Dragqueen. „Wenn ich in Drag bin, dann bin ich nicht krass anders“, sagt Bambi. „Ich bin immer noch ich – nur offener und gewitzter.“

Bambi mag inzwischen ein Teil von Tim geworden sein, auch wenn gerade kein Make-up auf dem Gesicht ist. Dennoch: Als Tim würde sich Bambi nie auf die Bühne stellen, da seien Hemmungen da, Unsicherheiten. Mit Drag aber sei das anders. Damit könne man die Teile der Identität verändern, auf die man sonst besonders sensibel reagiere.

„Wenn ich mich fertig mache, dann läuft Musik: Kylie Minogue oder Rammstein“, sagt Bambi. Es ist ein kleines Ritual, das Einläuten des Anderswerdens. Zuerst wird das Gesicht mit Alkohol gereinigt, dann werden die Augenbrauen abgeklebt, damit darüber neue größere Augenbrauen gemalt werden können. „Wenn ich mir die Wimpern aufs Augenlid setze und den Glitzer auf die Lippen, ist der Punkt gekommen, an dem ich mich als Bambi fühle. Dann weiß ich: Es wird eine magische Nacht.“

Veränderbarkeit, das ist ein Konzept, das besonders bei Männern Unbehagen hervorrufen kann. Der normierte Mann hat nur wenige Optionen, sich im Äußeren auszudrücken. Er kann sich Muskeln antrainieren oder einen Bart stehen lassen. Aber Farbe im Gesicht, ausgefallene Kleidung, bunte Fingernägel? Bitte nicht. Stattdessen soll der Mann äußerlich möglichst gleichbleibend sein. Der Beständige. Der immer wieder beschworene Fels in der Brandung.

In diesem Korsett ist das Ausprobieren anderer Ausdrucksweisen und Identitäten nicht vorgesehen. Möglichkeiten wie Drag zum Beispiel, was weit mehr ist als eine Grenzüberschreitung. Drag sprengt Grenzen. Mit jedem Pinselstrich werden diese selbstauferlegten Einschränkungen deutlicher – und lächerlicher.

Ich sitze auf einem Drehstuhl, blicke in den Hinterhof von Bambis Wohnung, als mir mit Kleber auf den Augenbrauen, Concealer und Puder Schritt für Schritt die Gesichtszüge genommen werden. Ich soll neue Züge bekommen, ungeahnte.

Wir hören Sandra und Jessie Ware und sprechen über unsere Kindheit und Jugend. Über das Mobbing in der Schule. „Ich wurde Schwuchtel und Mädchen genannt, in einem Alter, in dem ich selbst noch gar nicht wusste, was Sexualität ist“, sagt Bambi. Oft wird der Versuch, sich queeren Lebensrealitäten schon in der Schule anzunähern, als „Frühsexualisierung“ verunglimpft. Diese sexualisierte Zuschreibung kommt selten von queeren Personen selbst. Stattdessen wird sie von anderen an sie herangetragen. „Ich habe Fußball gespielt, und wenn ich auf dem Platz funktionierte, war alles gut“, sagt Bambi. „Danach war ich dann wieder der Komische, Andere.“

Früh hat Tim gelernt, immer allen gefallen zu müssen, nicht aufzufallen, sich anzupassen. Bambi Mercury ist das Gegenteil davon: auffallen und allen den Mittelfinger zeigen, die damit nicht klarkommen.

Der Körper als weiße Fläche

Ich wiederum wurde in der Schule wegen meines damaligen Übergewichts gemobbt. Noch heute habe ich Probleme mit meinem Körper. Als Betsy Bush trage ich natürliche High-Heels – Stiefel hoch bis zu den Oberschenkeln. Der Körper verändert sich damit, und mir wird wieder bewusst, dass so vieles an uns konstruiert ist. Der Körper als Fläche, auf der Menschen herummalen.

Vivienne P. Lovecraft hat 2016 das erste Mal Drag ausprobiert. Auch sie kennt es, gemobbt und diskriminiert zu werden. Auch sie hat erfahren, wie Drag ihr helfen kann. „Vivienne hat mir gezeigt, mutig zu sein“, sagt sie. Vor vier Jahren, als sie mit Drag begann, sei sie eine andere Person gewesen. Vincent. Als Vincent habe sie versucht, eine männlichere Stimme zu imitieren, sich maskuliner zu bewegen. „Ich bin in einem kleinen Dorf aufgewachsen und erinnere mich, dass ich mich als Kind nur mit mir und meinen scheinbaren Problemen beschäftigt habe.“ Zu schwul gelaufen sei sie als Vincent. Ballerina wurde sie genannt. Mit 17 war Vincent in einem Club, und ein Mann sagte zu ihm, er sei nicht so ein Lady Boy wie die anderen asiatischen Jungs. „Das Schlimme: Ich habe das als Kompliment aufgenommen“, sagt Vivienne heute. Damals habe sie gedacht, dass sie die Regeln des Männlichseins nun richtig beherrsche.

„Mit meinem Drag wurde das alles weggesprengt.“ Doch habe der Schritt dazu, mit Dragkunst auch Geld zu verdienen, Probleme mit sich gebracht. „Meine Mutter kommt von den Philippinen, ich bin dort geboren. Als ich fünf war, sind wir zu meinem Papa nach Deutschland gezogen. Ich war die erste Generation in einem neuen Land“, sagt Vivienne. Sie sei damit aufgewachsen, repräsentieren zu müssen, am besten mit dem Ziel, Arzt oder Anwalt zu werden. „Aber ich wollte frei sein.“

Vivienne P. Lovecraft nennt sich selbst eine Fantasyqueen. Inspiriert ist ihr Drag von Videospielen und Superheldinnen. Der Name Vivienne etwa stammt von einer Magierin des Videospieles „Dragon Age“. Sie möchte nicht aussehen wie eine Frau, auch nicht wie eine überzeichnete. Sie möchte ein magisches Wesen sein, das auch die Leute um sich herum verzaubert. Um sich zurechtzumachen, braucht Vivienne nicht viel. „Ich kann mich überall auffummeln.“ Egal, ob vor einem großen Spiegel oder mit einem kleinen Handspiegel – das Gefühl komme immer, der Moment, in dem das Ritual beendet und sie Vivienne P. Lovecraft ist, eine Queen.

„Drag ist Kunst und trotzdem auch sehr persönlich. Man starrt beim Schminken schließlich stundenlang in den Spiegel und beschäftigt sich mit seinem Äußeren und seiner Person“, sagt Vivienne. Sie sehe sich als Leinwand, lerne sich mit jeder Farbe, jedem Akzent immer besser kennen – und damit auch ihre Grenzen. „Für mich ist es heute einfach, nein zu sagen. Wirklich zu dem zu stehen, was ich will und nicht will.“ Vivienne sei inzwischen eine Stimme, die Vincent leitet. Sie flüstert Mut zu: Hey, wir haben schon Schlimmeres erlebt, sage sie etwa, wenn die Zeiten gerade mal schlechter sind. „Auch wenn ich nicht in Drag bin, ist diese Stimme da, und ich möchte sie nicht mehr missen.“

Inzwischen bin ich zurechtgemacht. Anstelle von einer Perücke hat Bambi mir einen ausladenden Kopfschmuck aufgesetzt. Blätter und Blüten sitzen als Krone auf meinem Kopf, winden sich um meine Schultern. Darunter meterweise roter Tüll. Mein Bart ist grün, neben meinen Augen kleben Efeu-Blätter. Ich sehe aus wie ein glamouröser Busch – daher der Name Betsy Bush. Bambi hat eine Selfie-Anlage aufgestellt. Ringlicht, in der Mitte das Smartphone. Mit einer Handbewegung startet der Selbstauslöser. Ich bin jetzt alleine im Zimmer, um Fotos von mir zu machen. Es zeigt sich: Das ist nicht so einfach, wie ich dachte. Ich fühle mich nicht gelöst, nicht befreit von Normen und Grenzen. Vielmehr spüre ich meine selbstauferlegten Regulierungen noch stärker.

Fragen, die Angst machen

Im Literaturstudium habe ich mich zum ersten Mal mit dem Konzept Geschlecht auseinandergesetzt. Vorher war das für mich gegeben. Ich mag schwul gewesen sein, aber die Konzepte Frau und Mann waren für mich gesetzt. Dann erfuh ich, dass etwa im Mittelalter ganz andere Vorstellungen von Körper und Geschlecht vorherrschten. Da gab es Geschichten von Frauen, die sich davor gefürchtet haben sollen, zu hoch in die Luft zu springen, da sich beim Landen sonst ihr Genital unentwässeln könnte, sie zum Mann werden könnten.

Ich begann mir Fragen zu stellen: Was sagen solche Diskurse über das Selbstverständnis von Menschen aus? Wie haben Menschen vor 1000 Jahren ihre Körper wahrgenommen? Wie haben sie gefühlt? Ist das wirklich alles gegeben und unveränderlich? Ich las Judith Butler und verstand immer besser, wieso Geschlecht heute so viel Unbehagen hervorrufen kann. Wieso es schon reichen kann, dass ein Mann ein Kleid anzieht, damit Gewalt ausbricht und Menschen getötet werden. Ich setzte mich auch mit meinem eigenen „Schauspiel“ auseinander: Was tue ich, um vermeintlich männlicher zu wirken, um weniger anzuecken?

All das prasselt auch in dem Moment in dem abgedunkelten Zimmer auf mich ein. Da beginnt etwas zu bröseln – und es fühlt sich gut und erschreckend zugleich an. Jeder Blick in die Kamera ist auch ein Blick auf mich zurück. Er wirft Fragen auf, die Angst machen können. Drag, das zeigt sich hier, ist nicht einfach.

Foxglove ist nicht binär, fühlt sich weder vollkommen als Frau noch als Mann, möchte aber mit weiblichen Pronomen angesprochen werden. „Schon als Teenager habe ich angefangen, mit Make-up zu experimentieren, Drag mache ich aber erst seit einem Jahr“, sagt die Neunundzwanzigjährige. Sie habe Tutorials auf Youtube gesehen und auf diese Weise das Handwerkliche gelernt, das zum Drag-Make-up gehört. Das Gesicht wird neu konturiert, Augenbrauen nach oben geschoben, die Wangen akzentuiert, Lippen überzeichnet. Alles soll wirken wie die Idee eines Menschen, nur leicht ins Groteske verschoben.

„Mir war klar, dass mein Drag hyperfeminin sein soll“, sagt Foxglove. Als Fox, wie sie sich auch außerhalb von Drag bezeichnet, habe sie sich mit ihrer Zugehörigkeit zu ihrem Geschlecht auseinandergesetzt. In Drag spielt sie mit den Ideen von Weiblichkeit, die sie so lange bedrückten. „Ich bin mit Glatze rumgelaufen, habe viel getan, um nicht klassisch feminin zu wirken“, sagt sie. Drag sei für sie die Möglichkeit, in einem kontrollierten Raum die Freude auszuleben, die sie dennoch an dieser Weiblichkeit hat.

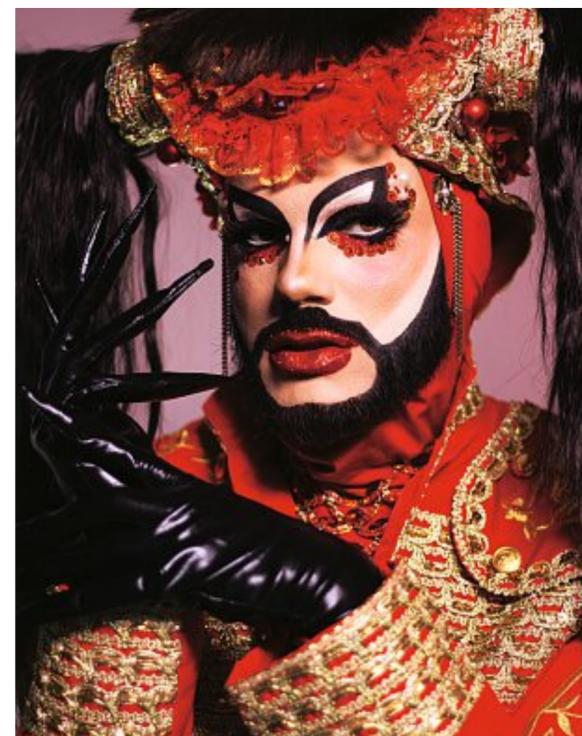
Auf der Bühne thematisiert sie Gender-Fragen. Sie lippensynchronisiert zum Beispiel das Lied „Queere Tiere“ von der Rapperin Sookee. „Ich habe über Drag eine richtig enge Community gefunden“, sagt Foxglove. Andere Menschen, die auch Drag machen. Eine queere Subkultur, die ihr Halt gibt. Daher schminkt sie sich am liebsten mit anderen. „Vor einer Show zusammen Musik hören, sich unterhalten, Gemeinsamkeit fühlen und leben“, das sei ihr liebstes und wichtigstes Dragritual.

Und wenn sie dann den Eyeliner auftrage, komme alles zusammen. Dann sei sie Foxglove. „Sichtbarkeit im Spielen mit Geschlecht kann viel bewegen“, sagt sie. „Genauso wichtig ist es aber auch, darüber zu sprechen und das gesamte Spektrum zu zeigen.“ Hier, vor der Kamera im Schein des Ringlichts, sehe ich natürlich nicht aus wie eine Frau. Ich möchte auch keine Frau sein. Das ist ein häufiges Missverständnis von Drag: Es sind nicht – oder nicht immer – Menschen, die das Geschlecht annehmen wollen, das sie gerade darstellen. Es ist Kunst, eine Performance, es geht darum, Geschlecht als etwas Gespieltes zu zeigen und zu erleben. Darum ist Drag auch nicht nur auf Männer zu reduzieren, die sich als Frauen verkleiden. Drag ist unfassbar vielseitig – so sehr, dass auch dieser Artikel nur einen Bruchteil davon zeigen kann.

Drag ist auch queere Kunst. Eine, die die Normen hinterfragt, sie dekonstruieren will. Eine Kunst, die queeren Menschen den Raum gibt, mit den Normierungen zu spielen, die sie täglich erleben: Sei nicht so weiblich! Sei nicht so burschikos! Bist du überhaupt ein Mann? Oder eine Frau? Drag ist Widerstand, ein großer Mittelfinger und eine Möglichkeit der Selbstermächtigung. Den verletzenden Worten, die viele queere Menschen immer wieder hören müssen, setzen sie Schminke entgegen, Kleidung, High-Heels, Perücken und angeklebte Bärte. „Jetzt erst recht“ – das ist Drag.

Ich schminke mich wieder ab. Dafür brauche ich jede Menge Kosmetiktücher und Reinigungsschaum. Dieser Tag hat etwas mit mir gemacht – keine radikale Veränderung, aber vielleicht ist es der Beginn eines Prozesses, mich selbst anders wahrzunehmen. In Drag gehe ich nicht auf die Straße. „Das würde ich nicht tun, ist zu gefährlich“, sagt auch Bambi Mercury. Denn sie weiß: Schminke auf dem „falschen“ Gesicht ist mehr als nur das. Auch das ist Drag. ◀

Unser Autor als Betsy Bush (links unten). Weiter im Uhrzeigersinn: Vivienne P. Lovecraft (oben) möchte ein magisches Wesen sein, Foxglove hat über Drag eine neue Gemeinschaft gefunden, und Bambi Mercury sagt von sich, sie sei als Drag offener.



① ERNÜCHTERND

Po Beau ist eine Maske – für den Allerwertesten. Sie soll, wie der Name sagt, den Po verschönern. Allerdings erweist es sich schon als Herausforderung, die gelartige Creme aus der Packung herauszufummeln. Noch anspruchsvoller ist es, das Gel dann auf dem Po zu verteilen. Und sich anschließend, für die Einwirkzeit von 15 Minuten, auf den Bauch zu legen oder nackt durchs Zimmer zu laufen, ist unmöglich, wenn man, wie ich, mit einem pubertierenden Sohn unter einem Dach wohnt. Am Ende die Ernüchterung: Ich sehe keinen Unterschied.

PoBeau Intensive Hydrating & Moisturizing Mask, 18,80 Euro, erhältlich in ausgesuchten Drogerien

② LEICHT

Es gibt Serien-Junkies. Ich kann nicht ohne Seren. Seit Jahren verwende ich täglich ein Serum bei meiner Gesichtspflege. Nun gibt es das von der deutschen Marke Wowlabs als 30-Tage-Kur. Morgens und abends trage ich jeweils zwei bis drei Tropfen der gelblichen Flüssigkeit nach der Reinigung auf. Das Serum ist leicht auf der Haut, lässt sich gut verstreichen und zieht schnell ein. Auch der dezente Geruch gefällt mir. Im Verlauf der 30 Tage fühlte sich meine Haut jeden Tag gut, aber nicht besser als sonst an.

Wowlabs, Skin Retreat, 30-Tage-Kur, 195 Euro, erhältlich auf www.wowlabs.de

③ KLEBRIG

Für Morgenduscher kommt dieses Produkt schon mal nicht in Frage: ein Nachtserum für den Körper. Im ersten Moment des Auftragens fühlt sich das Bodyserum klebrig an, und ich wage es gar nicht, in meinen Pyjama zu steigen. Das Serum zieht aber schnell ein, und am nächsten Morgen ist meine Haut gut durchfeuchtet. Ich bleibe dran. Nach einigen Tagen komme ich trotzdem zu dem Erkenntnis: Es ist wie bei Beziehungen. Es passt, oder es passt nicht. Ich zähle zur Fraktion Morgenduscher.

Mio Sleeping Smoothie Overnight Serum, 200 ml, 40 Euro, erhältlich über den Online-shop Niche Beauty

④ SEIDIG

Seit Jahren ist das Hyaluron-Puder von Terry de Gunzburg das einzige Puder, das meine trockene Haut nicht noch trockener macht. Von ihrer Marke By Terry gibt es das jetzt auch als Kompaktversion, und die Textur ist nicht weniger seidig als in der losen Version. Dank der transparenten Farbe ist das Kompaktpuder für jeden Hautton geeignet. Für mich ist es in diesem Jahr zum Begleiter geworden.

By Terry Hyaluronic Pressed Hydra-Powder, 7,5 g, 42,50 Euro, erhältlich über den Onlineshop Niche Beauty

BEAUTY-BILANZ

Von Sabine Spieler, Illustration Carlo Stanga

Jedes Jahr kommen zahlreiche Neuheiten der Schönheitsindustrie auf den Markt. Eine Auswahl der interessantesten und absurdesten Einfälle von 2020.



⑤ SÜSS

Dieses Produkt, das Maske, Gesichtsreinigung und Peeling vereint, ist meine Entdeckung des Jahres. Plenaire, auf Deutsch „unter freiem Himmel“, ist eine vegane Pflegelinie aus London. Der Geruch erinnert an Sahne und Marzipan, das ist mal etwas anderes im Badezimmer, und so lieblich fühlt sich das Produkt auch auf der Haut an. Sobald die Kombination aus Tonerde und Partikeln von schwarzen Johannisbeerkernen sich mit Wasser verbindet, entsteht ein milder Schaum, der reinigt und pflegt – und beinahe Balsam für die Seele ist.

Plenaire Tripler 3-in-1 Exfoliating Clay, 100 ml, 42 Euro, erhältlich über den Online-shop Niche Beauty

⑥ ENTSPANNEND

Eine Hälfte des Votary-Duos hat mindestens eine berühmte Kundin: Arabella Preston ist die Visagistin der Herzogin von Cambridge. Mit Charlotte Semler bietet sie unter ihrem Label Votary eine Maske an, die dezent nach Neroli riecht. Mit dem mitgelieferten Gesichtstuch, das man mit warmem Wasser durchfeuchtet über die Maske legt, beschleunigt sich die Wirkung der Inhaltsstoffe. Für einen Moment habe ich das Gefühl, nicht in meinem Badezimmer zu sitzen, sondern in den Genuss einer Gesichtsbildung im Spa zu kommen.

Votary Super Glow Mask, 30 ml, 58 Euro, erhältlich in ausgewählten Parfümerien

⑦ SCHAUMIG

Eigentlich kenne ich Efasit aus dem Hause Tegal als Marke für Fußpflege-Produkte. Mit dem Bodymousse wagt sich der Spezialist in eine fremde Körperregion. Der pflegende Schaum mit dem angenehmen Zitronenduft entpuppt sich als guter Sommerbegleiter. Der kühlende Knistereffekt tut nicht nur nach dem Sonnenbaden gut. So wird jede Dusche zum Frischekick. Schade nur, dass der Sprühmechanismus gegen Ende nicht mehr richtig funktioniert und so immer ein Rest vom Bodymousse in der Dose bleibt.

Efasit Bodymousse, 150 ml, 5,95 Euro, erhältlich in Drogerien

⑧ BERUHIGEND

Wer unter Akne leidet, weiß, wie schmerzhaft das sein kann. Der Dermatologe Nicholas Perricone hat ein Pflege-Trio für Problemhaut entwickelt. Das Set ist für drei Monate konzipiert und soll gegen aknefördernde Bakterien wirken. Eine Freundin meiner Tochter, die unter ihrer Haut leidet, testete das Präparat. Von der Textur und der ersten Wirkung ist sie begeistert. Ihr Hautbild verbesserte sich schon nach einer Woche. Vor allem der Cleanser hat es ihr angetan. Statt eines Schaums oder Gels ist es ein Balsam, der mit Wasser zu einem Reinigungsgel wird, was für fettige Haut untypisch ist. Doch es hinterlässt keinerlei Rückstände, sondern beruhigt die Haut.

Perricone MD Blemish Relief Serie, 99 Euro, über den Onlineshop Niche Beauty

⑨ BEHUTSAM

Jedes Mal höre ich bei der Kosmetikerin: „Sie müssen öfter peelen.“ Das könnte sich mit diesem Gesichtspeeling ändern. Es handelt sich um ein dreifach exfolierendes Peeling, für einen Effekt wie nach einer Mikrodermabrasion. Die Körner sind extrem fein, fühlen sich beim Auftragen aber an wie kleine Schleifpartikel. Die weiche, fast sämige Textur lässt trotzdem nicht den Gedanken aufkommen, dass die Haut Schaden nehmen könnte. Nach drei Minuten nehme ich das Peeling ab und bin zufrieden.

Institutum Triple Action Resurfacing Peel, 100 ml, 79 Euro, erhältlich in Parfümerien

⑩ REICHHALTIG

25 Jahre Erfahrung als Beautyjournalistin und eine Leidenschaft für Pflanzenöle haben die Australierin Janet Hayward zu Ipsum inspiriert. Ihre Lippenpflege ist ein reichhaltiger Ölbalsam, der wirkt.

Ipsum Best Skin Lip Oil Balm, 15 g, 39 Euro, erhältlich auf www.ipsumskin.com

⑪ ERFRISCHEND

Der Blauanteil im Licht von Smartphones und Computerschirmen ist weder für Augen noch Haut gut. Das Münchner Kosmetikunternehmen A4 Cosmetics hat deshalb ein Blue Dust Tonic Spray auf den Markt gebracht, das auf 100 Prozent pflanzlichen Preiselbeer-Stammzellen basiert und einen Dreifachschutz vor digitalem Blaulicht sowie vor oxidativem Stress durch UVA- und UVB-Sonnenstrahlen und Infrarotlicht bieten soll. Ob es tatsächlich hilft oder nur ein gutes Gefühl vermittelt, ist erst nach einem längeren Zeitraum zu sagen. Das Tonic mit dem Rosenblütenwasser-Anteil riecht jedenfalls angenehm, und mein Teint wirkt nach jedem Mal Sprühen rosiger und frischer.

A4 Cosmetics Blue Dust Tonic Spray, 50ml, 48,30 Euro, erhältlich in Parfümerien

⑫ EBENMÄSSIG

Seitdem ich diesen Concealer entdeckt habe, benutze ich so gut wie kein Make-up mehr. Schatten, Augenringe und Unreinheiten deckt er optimal ab. Die extrabreite Form des Pinsels ermöglicht ein direktes Verblenden und somit eine einfache Handhabung. Den Concealer gibt es in drei verschiedenen Farbtönen.

Luis Huber Timeless Concealer, 44 Euro, www.luishuber-international.com

⑬ DESINFIZIEREND

Mit diesem Produkt hat Babor, bekannt vor allem für Gesichtspullen, ein praktisches und zeitgemäßes Handhygiene-Produkt lanciert. Das Duo, bestehend aus Creme und Reinigungsgel in einer Tube mit zwei Spendern, passt für unterwegs in Corona-Zeiten. Die Handcreme ist trotz leichter Textur ein Schwergewicht: Panthenol, Fettsäuren und Öle sorgen dafür, dass die Haut nicht austrocknet. Auch das Reinigungsgel hinterlässt kein trockenes Gefühl und zieht schnell ein.

Babor Hand Cream & Cleansing Gel, 100 g, 14,90 Euro, erhältlich in Parfümerien

⑭ SEIFIG

Haarseifen kennt man. Aber Seife zum Duschen? Den Geruchtest besteht die feste Dusche, sie duftet dezent nach Kokos, ist aber auch noch in anderen Duftrichtungen erhältlich. Meine Frage, ob das dann nicht ein Stück Seife sei, beantwortet sich, sobald ich es unter den Wasserstrahl halte und in den Handflächen verreibt. Ich muss zugeben: Der Schaum kann es mit jedem Duschgel aufnehmen. Auch das Frischegefühl ist nicht anders als bei einem herkömmlichen Duschgel. Warum auch: Die feste Dusche ist ein Duschgel, dem lediglich die Flüssigkeit entzogen wurde.

Nature Box, exotische feste Duschpflege, 100 g, 2,95 Euro, erhältlich in Drogerien

⑮ ANGESAGT

Ist ein Lidschatten von Rihanna besser als andere? Zunächst einmal bietet der Popstar mehr Auswahl als üblich. Zehn Mini-Lidschatten-Paletten mit jeweils sechs Farben gibt es. Zwei Paletten lassen sich jeweils zusammenstecken. Leider haften nicht alle gut.

Fenty Beauty by Rihanna Snap Shadow, 24,95 Euro, erhältlich über Sephora

⑯ KAROTTIG

Der Carrot Cleanser der britischen Marke hat Kultstatus in Beautykreisen. Der neue Jelly Cleanser ist die Light-Version. Sobald der Balm mit Wasser in Berührung kommt, verwandelt er sich in eine milchige Textur. Mit dem mitgelieferten Mousseintuch lässt sich das Reinigungsprodukt abtragen. Meine Haut fühlt sich frisch und gepflegt an. Mit dem Grapefruit-Duft wird daraus ein Sommerprodukt.

The Organic Pharmacy Cleansing Jelly, 100 ml, 48,69 Euro, erhältlich in Parfümerien

⑰ VOLL

Diese Tusche hält das, was viele Hersteller seit Jahrzehnten versprechen. Mit einem Auftragen verleiht sie meinen Wimpern Volumen. Dazu verklebt sie null komma null. Auch an der Haltbarkeit gibt es nichts auszusetzen. Selbst nach mehreren Stunden muss man sich keine Sorgen um Pandaugen machen. Abends lässt sie sich mit warmem Wasser abwaschen.

Hourglass Unlocked Instant Extensions Mascara, 10 g, 31,99 Euro, erhältlich bei Douglas

⑱ FLÜSSIG

Ingwer heilt bei Infekten. Die Hamburger Influencerin Liberta Haxhikadriu hat in Zusammenarbeit mit dem Start-up-Unternehmen Every daraus ein Geschäftsmodell entwickelt. Sie liefert Ingwer-Shots schockgefroren nach Hause. Straight Forward besteht aus frischem Ingwer und Zitrone und wird mit Ahornsirup und Rapsöl verfeinert. Das Produkt kommt in Tagesportionen in einem Handkarton mit Trockeneis ins Haus und muss dann im Gefrierfach gelagert werden. Stellt man den Shot in den Kühlschrank, wird er über Nacht flüssig und kann am nächsten Morgen auf nüchternen Magen als Energiebooster getrunken werden. Stärkt das Immunsystem und schmeckt gut.

Straight Forward, eine Box mit 7 Portionen, 210 g, 19,95 Euro, www.every-foods.com

⑲ WARM

Das Körper-Peeling passt in diesen Winter, denn die Kombination aus Arganöl, Sacha-Inchi-Öl, Bergamotte, Orange und Eukalyptus ist so reichhaltig, dass man sich das Cremon nach dem Duschen sparen kann. Das Peeling soll an Fernost erinnern. Sehr schwach, finde ich, aber immerhin ein kleiner Trost, wenn man nicht reisen kann.

Oriniq Zucker- und Öl-Peeling, 250 g, 3,95 Euro, erhältlich in dm-Filialen

⑳ GRÜN

Doctor Mi hat mit dieser Maske hohe Ansprüche: Sie soll klären, schädlichen Umwelteinflüssen entgegenwirken, die Schutzbarriere aufbauen und für ein ebenmäßigeres Hautbild sorgen. Nach dem Auftragen der Maske (die Farbe ist grün) wirke ich leicht sekrant. Doch die Maske legt sich schnell wie ein kühlender Schleier auf mein Gesicht, ich fühle zwei Gänge herunter. 15 Minuten später sehe ich aus, als hätte ich zwei Stunden mit einer Freundin in einem Spa verbracht.

Doctor Mi Mask Black Beeome, 125 ml, 170 Euro, erhältlich über www.doctormi.de

SCHÖNSTES FERIENERLEBNIS? „ABTAUCHEN VOM ALLTAG“



Dieser Satz blieb: „Das kann mir niemand mehr nehmen.“ Als dritte Deutsche und 22 Jahre nach Steffi Graf gewann **Angelique Kerber** im Sommer 2018 mit einem Finalsieg gegen die Amerikanerin Serena Williams das Tennisturnier von Wimbledon. 2016 hatte sie schon die Australian Open und die US Open gewonnen und daraufhin die Weltrangliste angeführt. Wer auf dem Platz nicht nur auf das Spiel der Zweiunddreißigjährigen achtet, die in Kiel als Tochter polnischer Eltern aufwuchs, dem ist vielleicht schon ihr Elefanten-Anhänger an der Kette aufgefallen. Er stammt von einem ihrer Sponsoren, der dänischen Schmuckfirma Ole Lynggaard Copenhagen. Der Profi-Spielerin bedeutet er viel: „Der ist mein Glücksbringer.“

Was essen Sie zum Frühstück?

Das Frühstück vor dem Training ist für mich die wichtigste Mahlzeit, dafür lasse ich mir ausgiebig Zeit. Kaffee, Joghurt und Obst sind immer dabei. Dann kommt es darauf an, wo ich gerade bin. Rührei, Spiegelei und Avocado mag ich auch sehr gerne.

Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?

Ich bin jemand, der gerne in Läden geht und sich Kleidung dort anschaut. Lieber auch in kleineren Boutiquen.

Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?

Dazu gehören auf jeden Fall meine Match-Outfits. Jetzt in der Corona-Zeit habe ich meinen Kleiderschrank aufgeräumt und auch mein Outfit von 2011 gefunden, als ich in New York das Halbfinale gespielt habe und meinen Durchbruch hatte. Außerdem habe ich noch mein Kleid, das ich auf dem Abschlussball nach der Schule getragen habe. Ein langes Abendkleid, dunkelrot.

Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?

Das ist schon ein bisschen her. Klassische Briefe schreibe ich nur äußerst selten, wobei ich mir wichtige Notizen ausschließlich handschriftlich mache. Dafür habe ich ein kleines Buch, das ich stets auf Reisen dabei habe.

Welches Buch hat Sie in Ihrem Leben am meisten beeindruckt?

„Der Alchimist“ von Paulo Coelho, das hat mich so fasziniert, dass ich es mehrmals gelesen habe. Daraus kann man sehr viel für sich mitnehmen. Zum Beispiel, dass man gar nicht so weit nach vorne schauen muss, sondern das Glück manchmal neben einem liegt.

Wie informieren Sie sich über das Weltgeschehen?

Klassisch über Zeitungen. Wenn ich auf Reisen bin, lese ich eher Online-Zeitungen.

Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?

Reisen. Urlaub. Städte. Netflix-Serien. Sport, natürlich. Mittlerweile auch die neuen Corona-Regeln.

Bei welchem Film haben Sie zuletzt geweint?

Nicht so einfach. Als ich „A Star Is Born“ geschaut habe, musste ich zwar nicht weinen, aber eine Träne habe ich schon verdrückt. Diese Geschichte fand ich sehr rührend. Die Musik von Lady Gaga hat ihren Teil dazu beigetragen.

Sind Sie abergläubisch?

Nicht wirklich. Aber vor den Matches folge ich meinen bewährten Abläufen. Das bedeutet, dass es einen bestimmten Zeitpunkt gibt, an dem ich mich warm mache, dass ich zwei Stunden vor dem Match meine Sprunggelenke tapen gehe, 15 Minuten vorher noch mal fünf Minuten für mich selbst brauche, Musik höre und dann raus auf den Platz gehe.

Worüber können Sie lachen?

Über vieles. Ich bin der Meinung, dass richtig zu lachen zu einem guten Tag gehört.

Ihre Lieblingsvornamen?

Ein konkreter fällt mir nicht ein. Ich bevorzuge Vornamen, die nicht an jeder Ecke vorkommen.

Machen Sie eine Mittagspause?

Das hängt davon ab, wo ich bin und in welcher Phase ich mich befinde. Also ob ich einen Trainingsblock habe oder auf Turnieren bin. In meinen Trainingsphasen habe ich drei, vier Einheiten am Tag, da schaue ich schon, dass ich zwischendrin Pausen einbaue.

In welchem Land würden Sie am liebsten leben?

Zu meinen Lieblingsländern gehört definitiv Australien. Das ist zwar sehr weit weg, aber für eine gewisse Zeit könnte ich mir vorstellen, dort zu leben.

Was fehlt nie in Ihrem Kühlschrank?

Wasser. Auch Schokolade habe ich immer vorrätig. Und von den gesünderen Sachen liegen Ingwer, Zitrone, Minze immer im Kühlschrank.

Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?

Ich kann beim Autofahren immer gut nachdenken. Ein Auto bedeutet für mich ein Stück mehr Freiheit.

Was ist Ihr größtes Talent?

Wenn ich mir ein Ziel gesteckt habe, kann ich es konstant und konsequent verfolgen, egal, wie lange es dauert. Da bin ich bis zum Ende zielstrebig.

Was tun Sie, obwohl es unvernünftig ist?

Sommerkleider kaufen, obwohl ich mittlerweile Tausende im Schrank habe. Das ist schon ein Stück weit unvernünftig, aber macht einfach Spaß.

Welche historische Person würden Sie gerne treffen?

Jemanden wie Albert Einstein treffen zu können wäre faszinierend.

Tragen Sie Schmuck? Und eine Uhr?

Ich trage Schmuck, ich trage eine Uhr und wechsle auch immer mal wieder. Eine bestimmte Kette trage ich allerdings nonstop: eine Elefanten von Ole Lynggaard Copenhagen, der ist mein Glücksbringer.

Haben Sie einen Lieblingsduft?

Einen Lieblings-Lieblingsduft eher nicht, aber ich mag Dezent, Leichtes, Frisches. Gerne Sommerdüfte. Und sehr gerne aus kleinen Boutiquen, Düfte, die man nicht überall bekommt. Das entspricht mir eher.

Was war Ihr schönstes Ferienerlebnis?

Meinen ersten Tauchgang habe ich auf den Malediven gemacht, das ist bestimmt schon acht Jahre her. Anschließend habe ich auch meinen Open-Water-Tauchschein gemacht. Wenn ich jetzt Urlaub buche, dann am liebsten dort, wo man auch tauchen kann. Das ist eine ganz andere Welt und bedeutet für mich Abtauchen vom Alltag.

Auf welchem Konzert waren Sie zuletzt?

U2 in London, irgendwann. Das ist schon ewig her, da ich allgemein nicht so die Konzertgängerin bin.

Was fehlt Ihnen zum Glück?

Manchmal fehlt mir dazu die Zeit.

Was trinken Sie zum Abendessen?

Wasser trinke ich immer. Je nach Anlass auch gerne ein Glas Wein. Abends lieber rot.

Aufgezeichnet von Jennifer Wiebking.

FOTO: MFP

1 2 5
JAHRE
DEUTSCHE
MANUFAKTUR



SOFA MOONRAFT BY BRETZ
GERMAN DESIGN AWARD

ALEXANDER-BRETZ-STR. 2 • D-55457 GENSINGEN • TEL. 06727-895-0 • INFO@BRETZ.DE • BRETZ.DE
FLAGSHIPS: STILWERK BERLIN • HOHE STR. 1 DORTMUND • WILSDRUFFER STR. 9
DRESDEN • STILWERK DÜSSELDORF • ALTE GASSE 1 FRANKFURT • STILWERK HAMBURG
HOHENSTAUFFENRING 62 KÖLN • REUDNITZER STR. 1 LEIPZIG • HOHENZOLLERNSTR. 100 • MÜNCHEN
HALLPLATZ 37 NÜRNBERG • KÖNIGSBAU PASSAGEN STUTTGART • SALZGRIES 2 WIEN

Bretz
TRUE CHARACTERS



PRADA
BLACK

PRADA

BLACK

THE NEW EAU DE PARFUM