

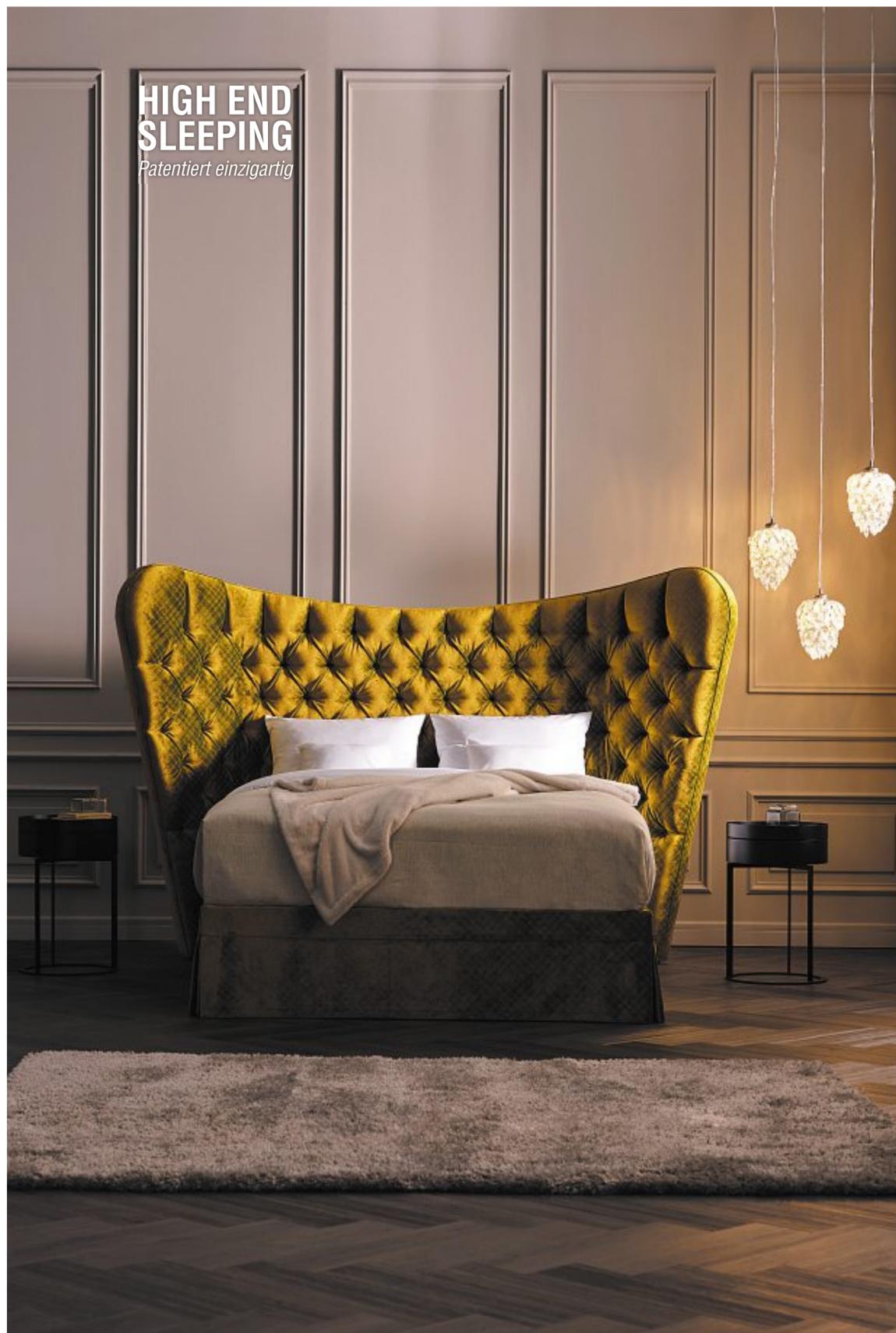
Frankfurter Allgemeine
Magazin

SCHÖNHEIT SPEZIAL
NOVEMBER 2021

Miss Undercover

Ein Heft über
Schönheitsvorstellungen
von damals und die
zweifelhafte Perfektion
von heute





**HIGH END
SLEEPING**
 Patentiert einzigartig

GRAND CRU
 Bettenlinie von SCHRAMM
 Handmade in Germany
 high-end-sleeping.com

BARBIE UND BOTOX



Schönheitsideal – das klingt in Zeiten von „Body Neutrality“ und „Acne Positivity“ nach einem schrecklich antiquierten Begriff. Schönheitsideale wären besser im vergangenen Jahrhundert geblieben, als Frauen in den Fünfzigern Kurven haben und in den Sechzigern spindeldürr sein sollten. Zottelhaare in den Siebzigern, Dauerwelle in den Achtzigern nach Vorschrift. Der eine Look, der für eine Ära steht, hat tatsächlich ausgedient. Das ist die gute Nachricht. Von „Alles kann, nichts muss“ sind wir trotzdem weit entfernt. Das ist mir wieder beim Zusammenstellen dieser Ausgabe zum Thema Schönheit bewusst geworden. Gewöhnlich liegt das F.A.Z.-Magazin mit allgemeinen Themen der Tageszeitung bei. Heute dürfen wir in der Sonntagszeitung die menschliche Oberfläche analysieren, die viel über das Bild verrät, das eine Gesellschaft von sich hat. Die Ideale haben sich längst vervielfältigt, so wie die Möglichkeiten, sie zu erreichen. Schauen Sie mal nach links und lesen Sie dann das Interview von Christiane Heil mit der PsychologieProfessorin Lynda Boothroyd über den Schönheitsdruck, den Puppen wie Barbie auf Mädchen ausüben. Ältere Frauen haben Botox. Vor 20 Jahren kam die Zulassung für ästhetische Zwecke in den USA, heute ist auch in Deutschland kein schönheitsmedizinischer Eingriff beliebter. Aber was passiert, wenn die Falten verschwinden? Wird äußerliches Älterwerden auf Dauer zum inakzeptablen Prozess? Männern geht es auch nicht besser: Matthias Kreienbrink beschreibt, was Haarausfall für ihn und andere Betroffene bedeutet. Auch dafür gibt es, wie könnte es anders sein, eine Lösung: die Haartransplantation. Unser Autor entschied sich dagegen, ein anderer Mann dafür. Die Arbeit am Körper ist also ein einziges Für und Wider. Kein Wunder, dass es gar nicht früh genug losgehen kann mit Begleitliteratur. Tilman Spreckelsen beschäftigt sich in diesem Heft mit Körperbildern und Geschlechterfragen in Kinder- und Jugendbüchern und zitiert einige Sätze aus „AnyBody“ (Katharina von der Gathen und Anke Kuhl), die Menschen jedes Alters etwas bringen könnte: „Eine Operation sollte man sich gut überlegen. Fast immer gehören auch Schmerzen, Blutungen und bleibende Narben dazu. Gemeinsam mit einer Ärztin oder einem Arzt kann man gut herausfinden, ob eine Operation wirklich hilft, sich mit seinem Körper besser zu fühlen.“ *Jennifer Wiebking*

Verantwortlicher Redakteur:
 Dr. Alfons Kaiser

Redaktionelle Mitarbeit:
 Julia Anton, Johanna Christner, Johanna Dürholz,
 Sebastian Eder, Dr. Christiane Heil, Sabine Hoffmann,
 Anna-Elisa Jakob, Caroline Jebens, David Klaubert,
 Matthias Kreienbrink, Isabel Leonhardt, Barbara Russ,
 Eva Schäfer, Peter-Philipp Schmitt, Sabine Spielner,
 Dr. Tilman Spreckelsen, Bernd Steine, Jennifer Wiebking,
 Maria Wiesner

Bildredaktion:
 Henner Flohr

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

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.

Sofern 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. Auskunft erhalten Sie unter nutzungsrechte@faz.de oder telefonisch unter (069) 75 91-29 01.

Redaktion und Verlag:
 (zugleich ladbefähige 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

Anzeigen:
 Ingo Müller (verantwortlich) und Jürgen Maukner,
 REPUBLIC Marketing & Media Solutions GmbH,
 Mittelstraße 2-4, 10117 Berlin, www.republic.de

Hersteller:
 Andreas Gierth

Druck:
 Mohr Media Mohndruck GmbH
 Carl-Borchmann-Straße 161M
 33311 Gütersloh

Die neue Wissenschaft der Mundgesundheit

Wir sind vVARDIS – eine neue, revolutionäre Mundgesundheitskur.

Unsere patentierten Technologien helfen, Karies im Anfangsstadium zu beseitigen und die Zähne sofort und ohne Reizungen aufzuhellen – für ein gesundes, schönes Lächeln.

vVARDIS
SWITZERLAND



www.vardis.com

© 2021 vVARDIS

MITTARBEITER



EVA SCHLÄFER (links), Mitarbeiterin im Ressort „Leben“ der Sonntagszeitung, und **Christiane Stöcker** (rechts) kennen und schätzen – und duzen – sich seit zwei Jahrzehnten. Das Du behielten sie auch für ihr Interview (Seite 18) bei. Es war das erste Mal, dass die beiden ausführlich über Stöckers „Miss Germany“-Titel aus dem Jahr 1989 gesprochen haben. Normalerweise geht es zwischen ihnen um alltagstauglichere Themen wie ihre Familien.



ISABEL LEONHARDT schrieb ihre Masterarbeit im Fach Kulturjournalismus an der Berliner Universität der Künste über den „Mythos Baden-Baden in der russischen Vergangenheit und Gegenwart“. Sie war neugierig, wieso ihre Heimatstadt lange als „die russischste Stadt außerhalb Russlands“ galt und begab sich auf die Spuren Dostojewskis, Tolstois und Fabergés. Seit diesem Sommer steht der Kurort im Nordschwarzwald auf der Liste des UNESCO-Welterbes. Die freie Journalistin – das Foto aus der Trinkhalle am Kurhaus zeigt es – ist kurzerhand noch einmal hingefahren, um zu sehen, was sich getan hat. (Seite 38)

ANNA-ELISA JAKOB war es eine Ehre, in dem mit Akribie geführten Gästebuch des „Salon Harry“ zu unterschreiben – als frischgebackene Hamburgerin, genauer: St. Paulianerin. Ihr Name steht nun zwischen den kleinen und großen Kiezlegenden, die bei dem Friseur an der Reeperbahn ein und aus gehen. Sogar die Beatles waren schon hier (auf dem Foto winken ihre vier Puppen im Schaufenster). Was Jakob für sich behielt: Sie selbst war schon immer im Team Rolling Stones. (Seite 14)



TILMAN SPRECKELSEN ist nie so recht aus dem Kinderbuchalter erwachsen. Im Feuilleton der F.A.Z. ist der langjährige Redakteur unter anderem mit Literatur für junge Leser befasst. Die ist bisweilen progressiver als Literatur für Erwachsene und erreicht mit faszinierenden Büchern über den Ausbruch aus Geschlechterrollen ein großes Publikum. Zum Beispiel mit einem Roman um ein Wesen, das jeden Morgen in einem anderen Körper aufwacht und sich fragt, worin dann eigentlich seine Persönlichkeit besteht. Für uns schrieb er also über Identität und Körper in aktuellen Jugendbüchern. (Seite 26)





wärme, die dich umarmt

stoov
Heizkissen

Kabelloser Komfort | Nachhaltige Infrarot-Wärmetechnologie | Hochwertige Qualität



Der Flakon auf diesem Foto (Super Gorgeous! von Michael Kors) mutet unkonkret an, beinahe flüchtig? So riecht der Duft aber auch. (Seite 36)



Die meisten Männer ereilt im Laufe ihres Lebens ein Problem: Haarausfall. Unser Autor Matthias Kreienbrink ist einer von ihnen. (Seite 40)



ZUM TITEL

Christiane Stöcker, Miss Germany 1989, wurde am 28. August 2021 von Kathrin Makowski fotografiert.

- 12 JULIE DE CUYPER
- 25 AGNÈS DE VILLERS
- 29 LYNDA BOOTHROYD
- 32 CHRISTINA KRAUS
- 42 MAI THI NGUYEN-KIM

KLEIDSAM Über ihre Cowboyboots kommt unsere Autorin mit vielen ins Gespräch. *Seite 12*

BEHUTSAM Die Eiderdaune ist die nachhaltige Alternative zur herkömmlichen Feder. *Seite 16*

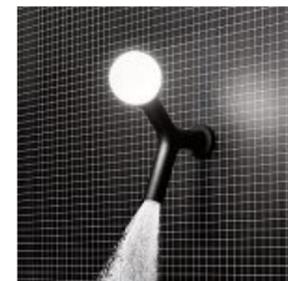
RATSAM Die Kinder- und Jugendbuchliteratur widmet sich Körper- und Geschlechterrollen. *Seite 26*

SELTSAM Die Botoxspritze ist in einigen Kreisen heute so normal wie ein Friseurbesuch. *Seite 30*

HEILSAM Baden-Baden hat es mit seinem Thermalwasser auf die UNESCO-Liste geschafft. *Seite 38*

EINPRÄGSAM Wangenknochen sind nicht alles. Auch die Kinnlinie gibt uns Ausdruck. *Seite 39*

Die nächste Ausgabe des Magazins liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 27. November bei. **Im Netz:** www.faz.net/stil **Facebook:** Frankfurter Allgemeine Stil **Instagram:** @fazmagazin **Twitter:** @fazmagazin



Unser Badezimmer soll schöner werden! Jetzt entwerfen Designer Accessoires für einen einst unterschätzten Raum. Diese Leuchte ist von Brian Sironi für Antoni Lupi. (Seite 34)



„Salon Harry“ besteht seit 1906 an der Hamburger Reeperbahn und hat viele Krisen überstanden. Die pandemiebedingten Schließungen der Friseure waren trotzdem ein Einschnitt. (Seite 14)



Istanbul ist das Neue Cool: Shopping in seiner besten Weise
Mit historischen Basaren, Weltklasse Designer-Boutiquen und modernen, extravaganten Shoppingmalls
lädt Istanbul jedes Jahr Millionen zum Shoppen ein. Prachtvolle Farben, herrliche Düfte, atemberaubende
Designs und bezaubernde Raritäten erwarten Sie in einer der schönsten Städte der Welt.

Der jahrhundertealte Charme İstanbuls inspiriert zum Shoppen: überdachte Basare, charmante Märkte, traditionelle Handwerksstätten, Shoppingzentren mit allen großen heimischen und internationalen Marken, und vieles mehr. Ob Schatzsucher oder Fashionista, Istanbul bietet ein vielfältiges Angebot für jeden Geschmack und jede Preisklasse. Los geht's mit der Entdeckungsreise!

Das Wichtigste zuerst: der Große Basar und der Ägyptische Basar

Der Große Basar, die größte und älteste Markthalle der Welt (15. Jh.), erstreckt sich über eine Gesamtfläche von 30 700 m². 20 Eingänge führen zu mehr als 4000 Läden auf 55 Straßen. Keramik- und Glaswaren, Teppiche und Kelims, Lampen, Kupfer-, Leder-, und Seidenwaren, alle Arten von handgefertigten Accessoires und Souvenirs regen alle fünf Sinne zugleich an... Da sollte man sich auch mal kurz bei einer Tasse türkischem Mokka in einem der traditionellen Cafés zurücklehnen und das lebhaft Treiben im Basar in Ruhe beobachten.

Der Duft von frisch gemahlenem Kaffee führt Sie direkt in den pulsierenden und farbenfrohen Ägyptischen Basar. Verführerische traditionelle Köstlichkeiten, eine gigantische Auswahl an bunten Kräutern, Gewürzen und Teemischungen, verlockende Feigen, Aprikosen und Rosinen, die Sie unbedingt probieren sollten... Türkiye ist der weltweit größte Produzent von Trockenfrüchten.

Modische Shoppingmalls

Mit rund 120 Shoppingmalls hat Istanbul mehr als viele europäische Länder zusammen. Klimaanlage, Parkplätze und behindertengerechte Einrichtungen, Concierge-Service, Apotheken, Wechselstuben und sogar Schlosser sind Standard. Das Angebot ist nahezu unbegrenzt.

Auf den Food-Courts findet man weltbekannte Fast-Food-Ketten ebenso wie heimische Restaurants und Cafés, oft mit Außenterrasse.

Für Unterhaltung sorgen Aquarien, Themenparks, Kinderattraktionen und Kinos. Shopping malls Unterhaltungsmöglichkeiten

Shoppingparadies im Herzen der Stadt

Im kosmopolitischen Stadtteil Taksim befindet sich die berühmte 2 Kilometer lange İstiklal-Caddesi mit zahlreichen großen Markengeschäften. Hinter den berühmten neoklassizistischen Arkaden wollen unzählige extravagante Bekleidungsgeschäfte, Keramikateliers, Restaurants, Konditoreien, Bäckereien und Pubs, entdeckt werden. In Nişantaşı vereint sich Luxus und Authentizität. Das Viertel gilt als Hauptsitz heimischer Designer und beherbergt die renommiertesten Modehäuser und Kunstgalerien der Stadt. Die coolste Einkaufsstraße der Stadt, die Abdi-İpekçi-Straße, ist gesäumt von internationalen Luxusmarken.

Auf sagenhaften 14 Kilometern bietet die Bağdat Caddesi (dt. Bagdadstraße) auf der asiatischen Seite ein ruhigeres und angenehmes Einkaufserlebnis unter der Woche. Nationale und internationale Modemarken, zahlreichen Restaurants und Cafés der new generation und lebhaft Bars und Pubs sorgen für ein unvergessliches Erlebnis in Istanbul.



Schatzsuche in Çukurcuma

Unter der freundlichen und sachkundigen Beratung in den rund 150 Antiquitätenläden des einzigartigen Viertels Çukurcuma findet jedes Schatzsucherherz etwas: Vintage-Spielzeug, Schmuck und Accessoires im osmanischen Stil, u.v.m.

Die Köstlichkeiten der Stadt: Historischer Markt von Kadıköy

Die Farben und Gerüche zeichnen den historischen Markt von Kadıköy aus. Frisches Obst und Gemüse, ein Fischmarkt, Konditoreien, Bäckereien, Gewürzläden, alte Buchhandlungen, Stoffhändler, Läden mit Souvenirs, Hammam-Zubehör und Keramikwaren usw. bestehen hier Seite an Seite. Suchen Sie sich Ihren Fisch aus dem Fang des Tages aus und lassen Sie ihn in einem der Restaurants am Markt zubereiten!

Probieren Sie von den köstlichen Straßenspezialitäten, wie gebratene Muscheln mit Knoblauchsauce, gefüllte Muscheln, Reis mit Hühnchen oder simit, das Türkische Sesambrot.

Machen Sie sich bereit für ein Shopperlebnis der Extraklasse in Istanbul!



PRÊT-À-PARLER



Weleda begann 1921. Schnell folgte eine gewisse Hautcreme.

Auch Braun hat seinen Ursprung im Jahr 1921. Der Rasierer kam später.

Nummer eins seit 1921: Chanel N°5

Erinnert an das Gründungsjahr von Gucci: 1921

Was 1921 noch geschah: Im Hintergrund ist ein Foto von der ersten deutschen Automobilausstellung nach dem Ersten Weltkrieg zu sehen. Bis zum Zweiten Weltkrieg fand sie immer in Berlin statt.

Hundert Jahre später

Das Jahr 1921 war nicht unwichtig für die schönen Dinge auf der Welt. Ohne 1921 ginge es heute wohl weniger schillernd zu. Wenn 2021 also als Jahr in die Geschichte eingeht, in dem die Welt vor einem tödlichen Virus geschützt werden konnte, dann dürfte 1921 das Jahr gewesen sein, in dem gleich mehrere Schönheitsrevolutionen ihren Anfang nahmen.

Prominent sind natürlich Coco Chanel und ihr Duft: N°5. Heute ist er bekannter als ihr Kleines Schwarzes oder die Stepptasche mit dem Zahlencode 2.55. Den Duft entwickelte der Parfümeur des Zaren, Ernest Beaux, für sie. Chanel wählte aus mehreren aus. Die Nummer 5 überzeugte sie. Ihre besten Kundinnen bekamen ihn zum Weihnachtsfest 1921 geschenkt.

Es blieb nicht nur bei dem Chanel-Duft. Wenn man sich anschaut, was sonst noch Schönes

in dem Jahr entstanden ist, wird klar, wie wichtig das frühe 20. Jahrhundert dafür war, wie die Welt des 21. Jahrhunderts aussieht oder eben riecht.

Die zwanziger Jahre waren von besonderer Bedeutung. Der Erste Weltkrieg war vorbei, der amerikanische Einfluss der Markenbildung setzte sich auch in Europa durch. Früh verstanden hat das der Erfinder Max Braun. Weit vor dem bis heute zitierten Design, vor der Ära Dieter Rams, ja sogar vor den elektrischen Trockenrasierern, die 1950 dazukamen, begann der Unternehmensgründer 1921 mit einem Treibriemenverbinder, als Verbindungselement zwischen Antriebsmotor und Maschine.

Auch der Heilpflanzengarten, mit dem Ita Wegmann und Rudolf Steiner 1921 begannen, blüht noch heute, als naturkosmetisches Unternehmen Weleda. Früh ging es um Ganzheit-

lichkeit. Daraus ist inzwischen Nachhaltigkeit geworden. Was damals schlicht Hautcreme genannt wurde, heißt heute Skin Food. Die Inhaltsstoffe haben sich im Vergleich zu einem Jahrhundert zuvor so gut wie nicht verändert; Erdnussöl musste raus, Sonnenblumenkernöl kam hinzu, Stiefmütterchen, Rosmarin, Kamille und Calendula sind überzeitlich.

Guccio Gucci wird derweil früh mit gutem und schlechtem Stil zu tun gehabt haben – und mit schwerem Gepäck. Als junger Mann arbeitete er als Aufzugführer in einem Hotel, später lernte er in der Mailänder Manufaktur für Gepäck, Franzi, sein späteres Handwerk mit Leder. 1921 gründete er in Florenz sein eigenes Unternehmen, heute ist Gucci eine der wertvollsten Marken der Welt. An beides erinnert ein neues Parfum des Hauses. Sein Name: 1921. *(jwi.)*

FOTOS: SEPHORA, UNTERNEHMEN



FURMARK

The global certification and traceability system for natural fur

Providing quality assurance and consumer confidence.



[furmark.com](https://www.furmark.com)

Glitschig, schlammig, matschig: Was Menschen an Mosscore mögen

Normcore, das war vor ein paar Jahren ein Unisex-Modetrend, bei dem Menschen ausschließlich in Basics herum liefen, um möglichst unauffällig gekleidet zu sein: Weißes T-Shirt, schwarze Jeans, grauer Hoodie bedeuteten eine visuelle Pause für das bildüberflutete Auge.

Seitdem kamen einige neue Core-Trends dazu: Grandmacore zum Beispiel, eine Fortsetzung des Dad-Styles, nur eben großmütterlicher, mit viel Häkel- und Strickwaren. Oder Cottagecore, eine moderne Version des Landhausstils, der auch deshalb wiederaufleben konnte, weil in der Pandemie auf einmal alle raus aufs Land wollten.

Inhaltlich nahestehend, aber doch ganz anders, kommt Mosscore daher. Darin werden die Fantasiewesen Goblins, „kleine, meist böartige und grotesk hässliche Plagegeister“, wie es dazu bei Wikipedia heißt, zu Trendsettern erhoben. Sie wühlen im Matsch, leben in Höhlen und stehen der dunklen Seite der Natur nahe. Da man argumentieren

kann, das Bild des Goblins bemühe antisemitische Referenzen, wurde der Trend von Goblincore in Mosscore umbenannt. Die Ästhetik ist weniger romantisierend und wesentlich derber als beim Cottagecore. Mosscore verniedlicht die Natur nicht, sondern ist ihrer echten, dreckigen und chaotischen Seite gewidmet.

Fragt sich, wie es dazu kommen konnte: Sicher, der Klimawandel ist da und mit ihm eine ungebändigte Seite der Natur. Der Mensch ist ihr hilflos ausgeliefert. Vorbei die Zeiten, als man glauben konnte, Natur kuratieren und kultivieren zu können. Mosscore schreckt nicht etwa vor dieser unschönen Seite der Umwelt zurück, sondern umarmt sie – auch die Schlangen, Frösche, Schnecken, Regenwürmer, Tierskelette, Moose und Pilze, die sie bevölkern. Glitschig, schlammig, matschig muss es sein. Die Trendsetter dieser Jugendkultur, deren Anfänge in den frühen zehner Jahren liegen, sehen so aus, als würden sie sich zum Hardcore-Gärtnern bereitmachen. Sie tragen schlammfarbene Overalls, grobe Kordhosen und natürlich Gummistiefel.

Seit der Corona-Pandemie lebt der Trend nun nicht nur ästhetisch, sondern auch inhaltlich auf. Zumindest in einem bestimmten Milieu manifestiert sich eine Gegenkultur zum geschäftigen Geldmachen. Mosscore ist im Kern antikapitalistisch: selbstgestrickte Pullis, Patchworkmäntel, offensichtlich gestopfte oder vernähte Stellen. Es geht darum, mit den Ressourcen des Planeten und des Menschen schonender umzugehen. Wenn doch einmal etwas neu gekauft werden muss, shoppen Mosscore-Anhänger online auf der Selbstmach-Plattform Etsy oder in Vintage-Läden.

Der Pilz ist ein schönes Symbol dafür. Pilze sind zum einen geschlechtslos, so wie der Mosscore-Look. Der Trend ist auch so gesehen wie geschaffen für eine Generation, die nicht-binäres Denken zu einer Lebensphilosophie erhoben hat. Zum anderen sind Pilze genauso unsichtbar miteinander vernetzt, wie es jüngere Menschen dank sozialer Medien sind. Und ohne TikTok und Instagram gäbe es auch diesen Schlamm- und Schnecken-Trend nicht. *Barbara Russ*



Die Natur von ihrer wilden Seite erleben: Auch daraus kann ein Lifestyle werden.

PRÊT-À-PARLER

Dürfen wir vorstellen: Das Erlebnis-Piercing

Es braucht ständig neue Tricks, um die Menschen noch in die Läden zu locken. Besonders seit vergangem Jahr, seit sie auf einmal nicht mehr in die Geschäfte durften, sind viele dabei, sich an den Einkauf im Netz zu gewöhnen. Das ist bequem, praktisch und häufig kostengünstiger. Der Online-Anteil im Bereich „Fashion & Accessoires“ liegt laut Handelsverband Deutschland (HDE) schon heute bei fast 40 Prozent.

Ein großes Thema für Händler mit Firmen, die älter sind als das Internet, ist deshalb seit einiger Zeit das Erlebnis-Shopping. Wenn der Einkauf Zeit und Geld kostet, muss er sich auf irgendeine andere Weise lohnen. Der Einkaufsbummel soll also zum Event werden, dafür müssen die Verantwortlichen den Kunden nur eben mehr hinstellen als ein paar Kleiderstangen, Umkleidekabinen und ein Glas Wasser. Es muss zugleich etwas sein, das sie im Netz nicht bekommen.

Zum Beispiel: ein Piercing! Ein Nasen- oder Ohrloch kann man sich nicht im Internet stechen lassen, neuerdings aber in Kaufhäusern wie Breuninger in Stuttgart und Nürnberg, im Hamburger Alsterhaus und auch im KaDeWe in Berlin.

Glambou macht es möglich. Dabei handelt es sich ausgerechnet um einen Online-Marktplatz für Schmuck. Aber auch von dort aus ist der Weg zurück, in die echte Welt, nicht ganz unattraktiv. Ehrwürdige Institution trifft gewissermaßen Marke mit Start-up-Charakter, die auf eine größere Klientel hofft. Julie de Cuyper versteht viel von Modeschmuck und ist Kreativ-Direktorin von



Ganz Ohr: Arbeit am Piercing im Kaufhaus

Glambou. Sie erklärt es so: „Die Welt verändert sich, die Menschen suchen nach emotionalen Erlebnissen.“ Ein Piercing ist zweifellos ein solches.

Sich ein Ohrloch stechen zu lassen dürfte auf der Liste der emotionalen Erlebnisse recht weit oben stehen, ein Muss für die Bucket List. Von 99 Euro an ist es jetzt zu haben – im Kaufhaus. Inklusiv sind eine persönliche Beratung und die Nachsorge, zwei weitere Unmöglichkeiten im Netz. Auch ein kleines Schmuckstück für das neugestochene Loch ist im Preis inbegriffen. Analoges geht es wohl kaum. *Barbara Russ*



Was ist nur mit diesen Stiefeln los?

Ich hätte nicht wissen können, was sie bedeuten, als ich sie kaufte. Es war kurz vor der vergangenen Präsidentschaftswahl in den USA, da stand ich in einem Cowboystiefel-Laden in Berlin-Kreuzberg und sah sie zwischen all dem braunen Leder: schwarzes Velours, ein grünes gestepptes Muster, mittig pulsierte ein rotes Herz. Disko-Kitsch-Cowboy-Boots. Ich wollte sie sofort. „Das war das beliebteste Modell im Jahr 1983“, sagte mir der bärtige Ladenbesitzer und zeigte zur Decke: Da hingen sie, die gleichen, echten, zertantz, ausgebeult, ergraut. Der Hersteller sei pleite gegangen, so der Bärtige. Das Schnittmuster habe er selbst erstellt und sie nachmachen lassen. Er weiß zu verkaufen, dachte ich, und nahm die Kopie.

In den Achtzigern waren die Vereinigten Staaten zum bisher letzten Mal von einem Präsidenten regiert worden, der aus dem Showbusiness in die Politik gewechselt war. Die Vergleiche zu der Person, die in den vergangenen vier Jahren das Land weiter zerrüttet hatte, verbat ich mir. In dessen Regierungszeit hatte ich selbst ein Jahr lang dort gelebt, im Mittleren Westen. Der Glanz der Americana schien endgültig abgetragen, das Versprechen der Freiheit gebrochen. Was, bitte, sollen sie bedeuten, die Stiefel der Männer, die die Frontier eroberten? Die Stiefel der Frauen, die sich ihre Freizügigkeit erkämpften?

Nichts, so dachte ich. Ein guter Reiseschuh, befand ich. Ein kleiner Junge in der Zürcher Wohnsiedlung Hardau blieb abrupt stehen, als er mich damit sah. Er blickte auf die Schuhe, ich blickte ihn fragend an. Ich hatte ihn schon einige Meter hinter mir gelassen, da rief er mir hinterher: „Hey Lady! Coole Stiefel!“ – „Thank you!“, wandte ich mich etwas verlegen zu ihm um. Eine Frau in einem Dorf in Baden stellte sich mir in den Weg, als ich aus dem Supermarkt kam. „Ich möchte Sie zur Wahl Ihrer Schuhe beglückwünschen!“ Ich wollte antworten, doch da erzählte sie mir sogleich von ihren eigenen Stiefeln. „Ganz weiß, oh, ich habe sie so lange nicht getragen!“

Ein Obdachloser am Berliner Gesundbrunnen winkte mich zu sich und nickte mir anerkennend zu: „Mega Schuhe.“ – „Vielen Dank!“ Wir lächelten zerknauscht, aber ehrlich. Die S-Bahn fuhr ein. „Na dann, schönen Tag, wa!“ – „Dir auch, ja!“ Eine elegante ältere Frau strahlte mich vor einem Restaurant in Mitte an. „Gott, sind die schön! Flamboyante Schuhe.“ Ein mittelalter Mann hielt mich in aller Frühe vorm Café an. „Hier, ich halte deinen Kaffee und du schreibst mir den Laden auf, ja?“ Ich tippte auf seinem Display herum. Die Schuhe! Er habe ganz viele solcher gehabt, damals, als er noch in Soho feierte.

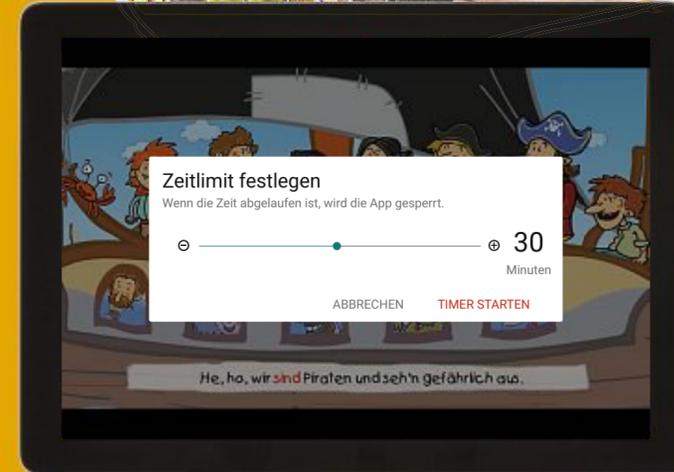
Menschen unterhielten sich normalerweise eher selten spontan mit mir auf der Straße. Was war nur los mit diesen Stiefeln? Waren die Straßen nicht voll von bunteren, extravaganteren Schuhen? Warum wirkte ich gerade mit diesen so nahbar? Was lösten diese Stiefel aus, dass so viele Menschen auf einmal so gesprächig waren?

Zu Hause setzte ich mich auf die Terrasse, hörte Wahlprognosen, die den gealterten amerikanischen Demokraten als sicheren Gewinner voraussagten. Ich zündete eine Zigarette an, legte die Füße hoch und blickte auf die Cowboystiefel. Das Schwarz schlicht genug, um allen zu gefallen, das Weiß hell genug, um aufzufallen. Die grüne Naht, das Muster einend. Und die Form: unmöglich, über Absätze zu stolpern, die für einen sicheren Sitz geschaffen wurden. Eine Form, so gleichbleibend, dass sie jeder erkennt, auch wenn sie variiert. Diesen Stiefeln ist Alter, Geschlecht, Status egal. Auf sie können sich alle einigen.

Bald ein Jahr ist der gealterte Demokrat nun Präsident. Er bemüht sich, sein Amerika zu einen, Hoffnung zu wecken, Versprechen einzulösen. Meine Stiefel sind mittlerweile etwas ausgetragen. Ich ziehe sie nicht mehr so oft an, aber wenn, dann wohl wissend, was sie bewirken. An Glanz haben sie nicht verloren. *Caroline Jebens*

YouTube Kids

Wenn das Video endet, geht die Entdeckerlust weiter.



Einrichtung durch die Eltern ist erforderlich.

YouTube Kids ist eine App speziell für Kinder – mit vielen Jugendschutzeinstellungen. So können Eltern unter anderem die Bildschirmzeit sinnvoll begrenzen. Und ihren Nachwuchs neue Leiden-schaften entdecken lassen.

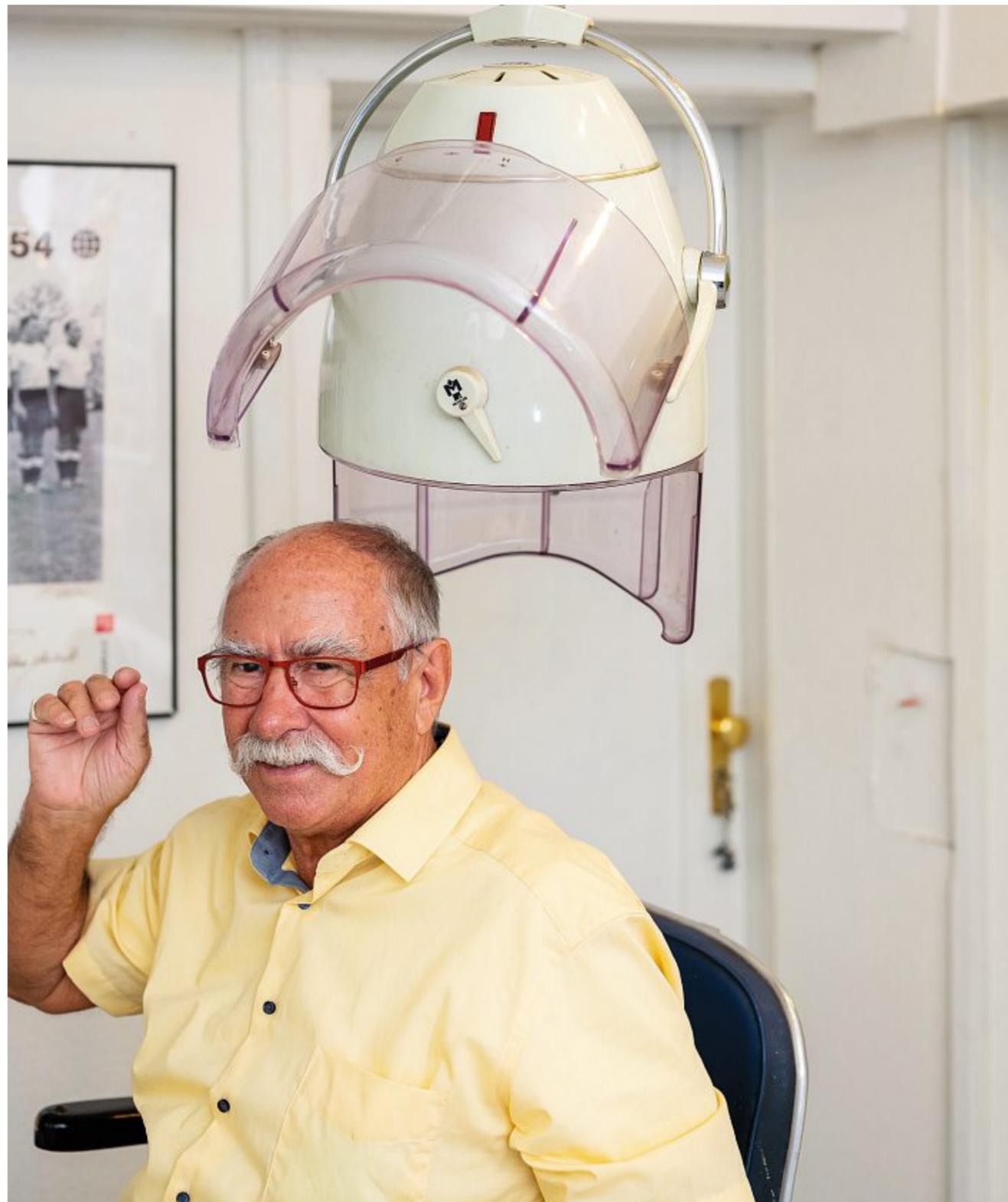
Mehr unter youtube.com/kids



Dauerwelle

„Salon Harry“, Gründungsjahr 1906, hat an der Hamburger Reeperbahn viele Haarmoden überstanden, und dazu zwei Weltkriege, die Wiedervereinigung, jetzt die Pandemie. Ein Friseurbesuch bei Franz Stenzel und Ute Bickeleit.

Von Anna-Elisa Jakob, Fotos Jens Gyarmaty



Franz Stenzel könnte schon im Ruhestand sein. Aber ein Betrieb mit so viel Geschichte lässt sich nicht so einfach aufgeben. Als der erste Lockdown kam, befürchtete er, dass es das jetzt gewesen sein könnte für den Salon.

Die Geschichte mit den Beatles, die wollen sie hier natürlich alle hören. Deswegen stehen manche schon morgens um zehn unter der grünen Markise und gucken ins Schaufenster, auf die vier tanzenden Püppchen von John Lennon, Paul McCartney, George Harrison und Ringo Starr, die dort, von winzigen Solarmodulen betrieben, weiter spielen. Yoko Ono hat mal eine Bar in der Nähe verklagt, weil die mit dem Namen ihres Manns geworben hatte (sie nannte sich „John Lemon“). Deswegen gibt es hier nur die kleinen Püppchen – als sehr subtilen Hinweis. Denn was dieser schmale Herrenfriseur mit den Weltstars zu tun hat? Das erkennt man hier draußen, am Rande der Hamburger Reeperbahn, nun wirklich nicht.

Draußen warten Franz Stenzel und Ute Bickeleit, die sich anfangs wie im Zoo fühlten, als die Touristen vor der Glasscheibe standen und Fotos machten. Als das noch erlaubt war, seien sie auch regelmäßig reingekommen: Reisegruppen von 30 Leuten, die sich im „Salon Harry“ umsahen. Auch daran gewöhnte man sich, sagt Bickeleit. Sie frisiert hier schon seit 38 Jahren, ihr Mann seit knapp 45. 1978 hat er angefangen und den Salon zehn Jahre später von Namensgeber Harry übernommen.

Kein einziges Mal soll der Laden innerhalb einer Familie den Besitzer gewechselt haben, immer wartete man auf den passenden Nachfolger. Auch Stenzel wartet noch, dabei könnte er schon seit einem Jahrzehnt im Ruhestand sein. Aber einen Salon wie diesen, der schon das Leid zweier Weltkriege erlebt hat, das Glück der Wiedervereinigung und der goldenen Jahre, den gibt man nicht so schnell auf. Nur als im Jahr 2020 die Corona-Pandemie kam, dachten sie auch hier, jetzt wäre es soweit.

Gerade blättert Stenzel durch ein altes Magazin auf Polnisch, bis zu einem Bild in Schwarz-Weiß: die Beatles, natürlich. Das Hefi hat er noch gekauft, bevor er einst von Danzig nach Deutschland zog. Erst mal nach Bonn, dort frisierete er die Politiker aus dem Bundestag. Aber das Klima dort gefiel ihm nicht: „Ich bin eben am Meer aufgewachsen.“ Als es ihn später für einen Urlaub an die Küste zog und er auf dem Weg die Ausfahrt nach Kiel verpasste, landete er erstmals in Hamburg – und blieb.

Hier sollten sich nun seine Wege und die der Beatles kreuzen; wenn auch nicht leibhaftig. Denn als Stenzel 1974 an die Elbe zog, waren die Musiker schon lange wieder weg. An der Großen Freiheit hatten sie 1960 ihre ersten Auftritte. Bis Ende 1962 traten sie regelmäßig in der Stadt auf. Erst danach begann ihre Weltkarriere.

Heute ist hier ein Platz nach ihnen benannt, und noch immer schmücken sich einige Orte im Viertel mit einer Beatles-Story. Über den Salon wird seither diese erzählt: Es soll Stenzels ehemaliger Chef Harry gewesen sein, der den Beatles erstmals die Pilzfrisuren schnitt, die später unzählige Menschen auf der ganzen Welt nachmachten.

Manchmal denkt Stenzel auch, die ganze Welt, zumindest die der Männer, ist schon hier gewesen, in dem kleinen Laden. Er zieht die Gästebücher aus dem Schrank, in denen sich einige von ihnen verewigt haben: Schauspieler und Artisten, Sportler und Gastronomen. Es gibt einen Eintrag auf Hebräisch (Musiker aus Israel) und ein paar Seiten weiter einen auf Arabisch (Hamburger Teppichhändler). Uwe Seeler (HSV-Legende) lässt sich im Salon regelmäßig frisieren, auch Spieler und Vorstandsmitglieder des Stadtrivalen FC St. Pauli.

Udo Walz, der jüngst verstorbene König der Zunft, war auch mal hier. Ein Sender wollte den Salon mieten, damit er Walz dort bei der Arbeit filmen konnte. Bickeleit war damals allein im Laden und sagte zu, obwohl sie da

noch gar nicht wusste, wer Walz war. Solche Anfragen von Medien bekommen die beiden immer wieder, die meisten nehmen sie mittlerweile nicht mehr an. Manchmal geht es um die Beatles, manchmal soll es aber auch ganz persönlich werden. „Einmal sagte einer, er wolle Franz morgens im Bett beim Aufstehen sehen“, sagt Bickeleit. Nee, habe sie gesagt: „Das mach’ nur ich.“

Die beiden haben ihr gemeinsames Leben im Salon verbracht, haben sich kennengelernt, als Bickeleit hier anfing. Zwei Jahre hat sie mal pausiert, da wurde ihre gemeinsame Tochter geboren. Beide erzählen so gerne, dass sie sich ständig gegenseitig unterbrechen und manchmal einfach parallel weiterreden. Ob das nicht auch mal nervt, zusammen arbeiten, jeden Tag, und dann auch noch dasselbe? Uns nie, sagt Bickeleit, und lacht verlegen.

Als sie im Salon angefangen haben, war der immer voll: sechs Leute, die Haare schnitten, Locken drehen, Nägel feilen. Zwölf Stunden lang geöffnet, jeden Tag außer Sonntag. Jetzt sind sie zu zweit, schneiden vor allem nach Termin und montags gar nicht. Nagelpflege machen sie heute nicht mehr, dafür gebe es ja viel zu viele Kosmetikstudios rundherum. „Ich glaube, mittlerweile haben wir einen Alltag wie normale Menschen“, sagt Bickeleit.

Vor kurzem sind sie sogar einfach mal nach Danzig gereist, in Stenzels Heimatstadt. Bickeleit hat sich sofort in die historische Altstadt verliebt, die Gassen und das Meer in der Nähe. Am liebsten würde sie dorthin ziehen. Aber aufhören? Stenzel wird bald 77, doch schneiden will er, „so lange es geht“. Jetzt, als der Laden lange zu gewesen sei, hätten sie ja gemerkt, wie sehr ihnen das fehle: die Menschen und St. Pauli. Sie selbst sind einst in ein Reihenhaus in Schleswig-Holstein gezogen. Das war praktischer, weil sich dort auch die Großmutter um die gemeinsame Tochter kümmern konnte. Aber nun, in Corona-Tagen, „war der Rasen im Garten irgendwann perfekt kurz“, sagt Bickeleit. Die Existenzängste dafür umso größer.

Kurz vor dem ersten Lockdown ließ sich ein Professor aus dem Tropeninstitut um die Ecke von ihr frisieren und erklärte ihr nach Ladenschluss noch zwei Stunden lang, was es mit dem Coronavirus auf sich habe. Warum es besser sei, dass sie schließen müssten. Aber es ging nicht um die Angst, sich anzustecken, die hatten beide sowieso schon. Als der Lockdown kam, hätten sie gedacht: Das war’s für den Salon.

Ausgerechnet ihr Laden, den es immerhin schon seit 1906 gibt, wie Stenzel mit einem Schwarz-Weiß-Bild beweist. Gegenüber sieht man darauf die Hamburger Davidwache, daneben eine Bar und ein Tanzlokal. Da sind heute ein Kiosk und die Filiale einer Fast-Food-Kette ansässig. Zunächst ging es erst mal nur bergauf im Salon: Wirtschaftswunder, goldene Jahre, der Kiez florierte. Schwieriger wurde es später, als große Unternehmen von St. Pauli ins Umland zogen, die Touristen zwar mehr wurden, aber nicht unbedingt spendabler. „Heute ist hier mehr Ballermann“, sagt die 59 Jahre alte Ute Bickeleit.

Manchmal ärgert die beiden auch, dass viele denken, wer nach St. Pauli komme, könne das Feiern und die Ausgelassenheit mitmachen, aber interessiere sich nicht für die anderen Werte des Viertels, Respekt und Toleranz zum Beispiel. Damit sind sie nicht allein. Rund um die Reeperbahn finden sich Schilder an den Mülleimern, die auf deren Benutzung drängen. Der Tenor: Eure Party ist unsere Heimat. „Auch hier will man, dass die Leute pünktlich und zuverlässig sind“, sagt Bickeleit.

Es ist schon einige Jahre her, als Bickeleit plötzlich alles rausreißen wollte: die dicken Ledersessel, den Holzfussboden, die dunklen Wände und Dreißiger-Jahre-Leuchten. Das war, als überall im Land die Friseursalons ganz weiß wurden, mit Fliesen und mit Marmor. Sie wollte, dass sich auch bei ihnen etwas verändere und der alte Laden zu neuem Leben erwache. Heute, sagt sie, sei sie froh, dass sie doch alles so gelassen hätten. Trends, das

wissen die beiden mittlerweile, kommen ja sowieso alle wieder. Miniplü, zum Beispiel, die Männer-Dauerwelle der achtziger Jahre: Früher saßen sie hier den ganzen Tag im Keller und haben ihren Kunden die Löckchen gedreht. „Einer von uns konnte das sogar mit dem Streichholz“, sagt Stenzel. Heute sieht man auch das wieder, junge Männer mit Dauerwelle, zart gelockt, rechts und links allerdings kurz rasiert.

Sein Enkel, sagt Stenzel, trage das auch schon so. Bevor er und Bickeleit sich kennenlernten, hatte Stenzel schon eine Familie – eine Frau, einen Sohn, eine Tochter. Von der Frau ist er bis heute nicht geschieden. Wenn Bickeleit und Stenzel übereinander sprechen, reden sie trotzdem von „meinem Mann“ und „meiner Frau“.

Dass sie den Salon heute nur noch zu zweit führen, liegt auch daran, dass es für sie stets schwierig gewesen sei, jemanden zu finden, der genauso arbeite wie sie. Ganz klassisch, mit Nassrasur, Messer und Schere. Das dauert eben ein bisschen länger, „und einen Männerschnitt für zehn Euro gibt es eben auch nicht“, sagt Bickeleit. Beschäftigt es sie, dass es doch das Ende dieses geschichtsträchtigen Salons bedeuten könnte, wenn sie niemanden finden, der ihnen nachfolgt? Sehr, sagt Bickeleit. Aber sie hätten ja noch etwas Zeit, fügt Stenzel hinzu.

Folgt man ihm durch den Laden, die Treppe runter, führt er in einen kleinen Raum, in dem es aussieht, als wäre die Zeit stehen geblieben. In der Mitte zwei dunkelblaue Frisiersessel, bei einem hebt Stenzel das Polster an: Darauf ist die Signatur von Horst Fascher zu sehen, der so etwas wie der Beatles-Manager der ersten Stunde war. In der Hamburger Zeit der vier Musiker engagierte er sie nicht nur für seinen kurzlebigen „Star-Club“, sondern begleitete sie auch abseits der Bühne.

Die Idee der Pilzköpfe kam von der Fotografin Astrid Kirchherr, sie sollte die Musiker für ein Magazin fotografieren. Weil die Beatles zuvor ständig auf der Bühne gestanden hatten, waren ihre Tollen, die sie noch im Elvis-Stil trugen, ganz verwachsen. Die Fotografin fand das wohl so furchtbar, dass sie ihnen die Haare kurzerhand abschnitt. So, dachte der Manager, könnten seine britischen Newcomer allerdings auch nicht herumlaufen. Er brachte sie zum Friseur seines Vertrauens: in den „Salon Harry“, wo der Pilzschnitt perfektionierte wird. Horst Fascher, 1936 in Hamburg geboren, soll immer noch für einen neuen Schnitt vorbeikommen.

Die Püppchen im Schaufenster hat ihnen mal ein Kunde gebastelt, seitdem stehen John Lennon, Paul McCartney, George Harrison und Ringo Starr hier und spielen vor sich hin. Am liebsten zeigen Stenzel und Bickeleit ihre Gästebücher, sie können zu jedem Eintrag eine Anekdote erzählen. Irgendwann aber, als Stenzel noch ein weiteres Beatles-Bild hervorbrachte, brach ihm seine Frau dann doch: Er solle endlich mal aufhören mit den Beatles. Es gehe heute ja auch um ihn.

Eine Sache erzählt Stenzel allerdings noch, als man mit ihm im Keller steht. Damals hätten sie hier alle geraucht, die Kunden und die Friseure. Nur er nicht. Er stand jeden Tag im Qualm, hat geschnitten und frisiert. Abends, wenn alle weg waren, war er immer noch da. Hat aufgeräumt und die Aschenbecher ausgeleert. Geduld, jeden Tag, bis irgendwann das Rauchverbot eingeführt wurde. Da wüteten die einen, feierten die anderen. Und er, der Nichtraucher? Sah aufmerksam zu, wie sich die Welt um ihn herum veränderte. Er stellte die Aschenbecher in den Keller, und hier stehen sie bis heute.

Franz Stenzel und Ute Bickeleit haben sich im „Salon Harry“ kennen- und lieben gelernt. Bis heute schneiden die beiden immer weiter.





Der Gin-Trend von vor ein paar Jahren könnte schon wieder vorbei sein – zugunsten des Alkoholfreier-Gin-Trends. (The Duke)

Eiderdaune

Über die Gewinnung von Daunen zu unserem Schutz im Winter gibt es furchtbare Geschichten. Eine Alternative könnte die isländische Eiderdaune sein. Die Eiderente nutzt das sich ablösende Gefieder für den Nestbau, nach der Brutzeit verlässt sie mit den Jungen das Nest. Zurück bleibt die Daune. Einige Bauern auf Island sammeln sie anschließend auf und verarbeiten sie weiter.

122

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



Haruki Murakami ist nicht nur ein großer Schreiber, sondern auch ein großer Läufer. Und er hat eine große T-Shirt-Sammlung. Über Letztere hat er ein Buch geschrieben („Murakami T“, Dumont). Dieses New-York-Marathon-Souvenir ist auch Teil der Sammlung.



Ein neuer Monat, ein weiterer Sneaker aus einem Überraschungsmaterial. In dieser Ausgabe: Leder aus Apfelschalen, die nicht in der Bioronne gelandet sind. (Komrads)



Herbstmüdigkeit? Nicht mit diesem Kaffee! (Harte Mischung)



Vieles tragen wir heute vor der Brust: die Handkordel zum Beispiel oder die Bauchtasche quer übergeschultert. Zeit, dass auch der Brustbeutel ein Comeback feiert. (Hänska)



Gute Nachrichten für Erwachsene, die etwas gegen Einheitsgrau bei Regen haben. Diesen Poncho von Rainkiss gibt es auch in Größen jenseits der 140.

Erbse Klingt minimal, ist aber monumental. Gemeint ist die „Green Pea“ in Turin, ein Einkaufszentrum, das diese schnöde Bezeichnung mit seinem Öko-Marken-Angebot ausnahmsweise mal nicht verdient. Wir zeigen keine Bilder von dem Holz-Komplex, weil – Sie besser selbst mal hinfahren.



Dieses Bild zeigt es: Für Modefreundinnen und -freunde ist Donnerstag ein großer Kinotag, Gucci-Galere auf der Großleinwand! Getragen von Lady Gaga! („House of Gucci“)



Diese Farbe! Diese Form! Was für ein Glück, dass es wieder Anlässe für solche Taschen gibt. (Bonaventura)

FOTOS: YASUTOMO EBISU, KERO NAKAJIMA, MOVA VIA AP, UNTERNEHMEN (R)



PRODUCT DESIGN: OLAF SCHROEDER GRAPHICS: TMSANTONRE.COM PHOTO: MARIA GROSSMANN STYLING: EIKE JENSEN



MODULARE MÖBEL

DIE MODULAREN MÖBELSYSTEME VON CUBIT

SOFAS UND REGALE VON CUBIT

PLANEN UND BESTELLEN VIA CUBIT-SHOP.COM

NEU! SHOWROOM IN BERLIN KREUZBERG
FLAGSHIP-STORE IN DÜSSELDORF - LOOKROOMS IN PARIS, MÜNCHEN, POTSDAM UND ZÜRICH

CUBIT®
MODULARE
MÖBEL

Diese Seite: Die Krone ist aus dem Fundus der Film- und Theater-Ausstattung (FTA).
Make-up: Foundation von MAC Cosmetics (Studio Fix Fluid SPF 15), Augenbrauenstift von Benefit (Brow Microfilling Pen), Lidschatten von Dior (5 Couleurs Birds of a Feather), Mascara von Dior (Diorshow Iconic Overcurl), Lippenstift von Hermès (Rouge Hermès, Rose Magenta)

Rechte Seite: Den Pokal bekam Christiane Stöcker ein Jahr nach der Miss-Germany-Wahl überreicht, 1990 bei der Miss-Universe-Wahl.



Miss Germany

Im Jahr 1989 gewann Christiane Stöcker den Schönheitswettbewerb. Seit langem befreundet ist sie mit unserer Redakteurin *Eva Schläfer*, die nicht versteht, wie man sich für einen Beauty-Contest hergeben kann. Ein Gespräch – und Bilder – über damals und heute.

Styling Almut Vogel, Make-up Arzu Küçük, Fotos Kathrin Makowski

Christiane, du bist im Oktober 1989 auf Gran Canaria zur Miss Germany gewählt worden. Davon abgesehen, dass ich mich wundere, warum das auf einer spanischen Insel passierte, frage ich mich auch, warum 1989/90 nicht nur du Miss Germany warst, sondern sich auch vier weitere Frauen so nennen durften?

Der Titel ist in Deutschland nicht geschützt oder war es zumindest damals nicht. Jeder konnte eine Wahl veranstalten und die Siegerin so nennen. Die Miss Germany Company, bei der ich war, war damals die einzige Organisation, die für die internationalen Wahlen die Rechte hatte: Miss Universe, Miss World, Miss International. Da durften die Siegerinnen der anderen Miss-Wahlen nicht hin. Angeblich wurden diese internationalen Rechte an den verliehen, der die seriösesten Wahlen machte. Bei den internationalen Wahlen sind die nicht erpicht darauf, dass die Missen in irgendwelchen Diskotheken gewählt werden. Aber ehrlicherweise war das damals schon so üblich, zumindest in Deutschland.

Bist du auch erst in der Diskothek zur Miss Darmstadt gewählt worden, der Stadt, in der du damals gelebt hast?
 Oh nein. Wenn ich gefragt worden wäre, ob ich mich in einer Diskothek im Badeanzug präsentiere, hätte ich abgelehnt. Dafür war ich mir als Model zu wertvoll. Der Besitzer der Frankfurter Modenschau-Agentur, bei der ich seit dem Abitur in der Kartei war, saß beim NRW-Vorentscheid der Miss Germany Company in der Jury. Dabei hat er mitbekommen, dass der Organisator noch auf der Suche nach einer Miss Hessen war, und er wurde aufgefordert, Kandidatinnen vorzuschlagen. Ich habe dann Fotos von mir geschickt. Nach einer Woche kam der Anruf, dass ich aus 15 Kandidatinnen ausgewählt worden sei. Ob es die anderen Kandidatinnen tatsächlich gab, weiß ich nicht. Per Post bekam ich einen Badeanzug und die Miss-Hessen-Schärpe zugeschickt. Vier Wochen später bin ich zur Miss-Germany-Wahl geflogen.

Hast du dir Chancen ausgerechnet?

Ich war mit 22 Jahren eine der Ältesten, ich hatte im Vergleich zu den meisten anderen schon Laufstegenerfahrung, und ich war mit die größte der elf Kandidatinnen. Aber eigentlich war meine Einstellung: zwei Wochen in der Sonne, für lau.



Wie ist der „Wahlabend“ abgelaufen?

Wir waren insgesamt zwei Wochen dort. Die Endausscheidung beschränkte sich also nicht auf den einen Abend. Der ist aber natürlich schon der Höhepunkt. Er fand in einem Theater statt. Wir hatten alle gemeinsam eine Tanneinlage, da würde ich heute sagen: Oh Gott, was man in dem Alter alles macht. In Badeanzug, Matrosenhütchen und mit Wischmopp. Vorher gab es einen Badeanzug-Durchgang mit Nummer, ein bisschen Modenschau und einen Durchgang mit Abendkleid, an den sich ein Interview mit Moderator Jürgen Drews anschloss.

Jürgen Drews?

Ja. Die jüngste von uns Kandidatinnen, Ramona, ist schon seit langem seine Ehefrau.

Du hast erzählt, dass deine Mutter mit dir vor der Wahl noch Klamotten einkaufen gegangen ist. Deine Mutter hätte mir einen Vogel gezeigt, wenn ich auf die Idee gekommen wäre, an einem solchen Wettbewerb teilzunehmen.
 Seitdem ich als Teenager groß und schlank war, sagte meine Mutter schon zu mir: „Du musst Mannequin werden.“ So nannte man das damals noch. Mit 17 habe ich bei einem Wettbewerb auf einer Bühne ein selbstgenähtes Kleidungsstück vorgeführt. Danach wurde ich von dem Agenturbesitzer angesprochen, und meine Mutter fand das toll. Sie gehörte der Generation an, die Petra Schürmann als Miss Germany und Miss World erlebt hat. Meine Mutter war auch bei jeder Modenschau dabei, die ich gemacht habe. Meine Eltern haben sich total gefreut, als ich gewählt wurde, meine Freundinnen auch. Mein Freund war stolz. Mein Bruder hat das ganze Modelbusiness dagegen belächelt.

Als ich vor vielen Jahren erfahren habe, dass du 1989 Miss Germany warst, habe ich das mit einer gewissen Ungläubigkeit zur Kenntnis genommen. Ich persönlich kann schwer nachvollziehen, warum Menschen an einem Schönheitswettbewerb teilnehmen. Ich empfinde ein Unbehagen. Inwiefern?

Was bringt es einem Menschen, sein Äußeres prämiieren zu lassen? Das ist eine Reduzierung, die dir nicht gerecht wird. Das, was dich ausmacht, sind doch dein Hirn und

dein Herz. Und du hast beides, das weiß ich. Kannst du das verstehen?

Das kann ich total nachvollziehen. Aber ich habe das nicht so empfunden. Wenn du dich entscheidest, auf dem Laufsteg zu arbeiten, hast du einen gewissen Exhibitionismus in dir. Du zeigst dich gerne. Ich habe mich schon als Kind im Tennisclub auf den Tisch gestellt und Witze erzählt.

Was gefällt dir daran, dich zu zeigen?

Zu gefallen gefällt mir. Wenn du bei einem Modeljob ein Casting hast, musst du dich kurz präsentieren. Wenn du den Job dann bekommst, ist das ein Erfolgserlebnis. Bei den Modenschauen ist es oft so, dass du das direkte Feedback durch den Applaus bekommst. Deshalb habe ich das auch lieber gemacht als Fotos.

Hat es dich nicht gestört, dass nur deine Optik wahrgenommen wird, nicht dein Charakter?

Das Gefühl hatte ich bei den Menschen, mit denen ich auf Gran Canaria zwei Wochen lang zu tun hatte, nicht. Bei der Miss-Universe-Wahl wurde der Titel der Miss Congeniality vergeben, also der beliebtesten Teilnehmerin. Diesen Titel habe ich gewonnen. Und darüber habe ich mich total gefreut. Da bin ich doch als Mensch wahrgenommen worden.

Das ist aber auch wieder so ein Frauen-Ding, oder? Ich freue mich, weil die anderen mich mögen. Eigentlich wäre es doch cooler, wenn die anderen Respekt vor mir hätten, weil ich einen scharfen Verstand habe.

Ein netter Mensch zu sein und einen scharfen Verstand zu haben schließt sich ja nicht aus, oder? Und bei einer Miss-Wahl geht es nun mal auch nicht darum, die Quantenphysik zu revolutionieren. Obwohl es bei den internationalen Wahlen Mädchen gab, die Naturwissenschaften studiert haben.

Wie reagieren heute Leute darauf, wenn du ihnen von deinem Titel erzählst?

Heute bin ich so viel älter, da finden es eigentlich alle cool. Und heute kann ich es auch nicht mehr geheim halten. Im Netz gibt es Fotos und Videos aus meinem Miss-Germany-Jahr, und ich habe einen eigenen Wikipedia-Eintrag – der übrigens nicht von mir angelegt wurde. Aber in den zehn Jahren nach der Wahl habe ich das niemandem erzählt. Schon, weil ich Angst hatte, mich rechtfertigen zu müssen: Echt, bei so was hast du mitgemacht? Das hatte bei uns keinen guten Ruf. So Diskothekenabgehänge, Fleischbeschau, und ich weiß nicht was.

Was hast du solchen „Argumenten“ entgegengesetzt?

Ich konnte sagen: Ich bin auch zur Miss-Universe- und zur Miss-World-Wahl gefahren. Dabei habe ich noch einmal ganz andere Erfahrungen auf internationaler Bühne machen dürfen.

Dann erzähl doch mal davon.

Im Frühjahr 1990 war ich erst bei der Miss-Universe-Wahl in Los Angeles mit 70 anderen Mädchen, im Spätsommer dann bei der Miss-World-Wahl in London mit 80 Teilnehmerinnen. In L.A. waren wir fast vier Wochen, die ganze Zeit mit Programm, mit Fotografen, die uns begleitet haben. Wenn man morgens in die Hotelloobby gekommen ist, waren Fans da. Man war immer verpflichtet, eine kleine Schärpe mit dem Namen des Landes, das man repräsentierte, zu tragen. Ich habe damals ein Fax von der Deutschen Botschaft ins Hotel bekommen, in dem mir Glück gewünscht wurde. Die Fernsehshow startete mit der Parade der Nationen, wurde

dann aber vor allem mit den Top Ten bestritten, die zuvor schon bestimmt worden waren von der Jury. Alle anderen waren Elfte. Ich also auch. Beim Miss-World-Contest sind wir erst alle nach Norwegen geflogen und haben Fotoaufnahmen an einem Fjord gemacht.

Was ist ansonsten in deinem Miss-Germany-Jahr passiert?

Als Miss Germany hast du die Aufgabe, die nächste Miss zu wählen. Das heißt, ich war bei den ganzen Landeswahlen dabei, habe tagsüber die Mädchen betreut, ich habe in der Jury gesessen und am Ende die Krone übergeben. Ansonsten wurde ich bei Jubiläen und Galas gebucht, habe dort Autogramme gegeben. Und ich habe nebenher meine üblichen Modeljobs gemacht, für die ich besser bezahlt worden bin als zuvor.

Hat sich der Titel für dich ausgezahlt?

Finanziell jetzt nicht megamäßig. Damals habe ich eher gedacht, das ist etwas, was ich später meinen Enkeln erzählen kann. Die gibt's jetzt aber gar nicht. Was ich nicht missen möchte, sind die beiden internationalen Wahlen. Das waren wirklich faszinierende Erlebnisse.

Schönheitsforscher sagen: Schöne Menschen erreichen mit wenig Aufwand viel, das gibt Selbstbewusstsein. Würdest du das aus deiner persönlichen Erfahrung heraus bestätigen?

Wenn du mit deiner Optik Geld verdienen kannst, ist das ein leichtes Geschäft. Du hast nichts dafür getan. Das kann zu mehr Selbstbewusstsein führen. Muss es aber nicht. Ich würde mich aber übrigens nie als schön bezeichnen. Ich finde mich attraktiv. Schöne Menschen gibt's wenige.



Diese Seite: Ballerina-Schuhe von Giorgio Armani, Tüllrock aus Christiane Stöckers Privatfundus.

Creme: Susanne Kaufmann (Straffende Körpercreme)

Rechte Seite: Blazer von Dries Van Noten, Ohrclips von Alessandra Rich über den Onlineshop Mytheresa.

Make-up: Foundation von Laura Mercier (Tinted Moisturizer Make-up), Bronzer von Shamanic (Feminine Bronze #07), Rouge von Pat McGrath Labs (Divine Rose), Augenbrauentift von Estée Lauder (The Brow Multi-Tasker #07), Lidschatten von Shamanic (Ultra Bronze), Mascara von Kess Berlin (Day Mascara), Lippenstift von Dolce & Gabbana (The Only One Matte #295)





Diese Seite: Oberteil mit Volants von Giorgio Armani
Make-up: Foundation von Charlotte Tilbury (Airbrush Flawless Foundation #02), Lidschatten von Tom Ford Beauty (Eye Color Quad), Mascara von Kess Berlin (Day Mascara), Rouge von Dear Dahlia (Paradise Dual Palette), Lippenstift von Gucci Beauty (Janet Rust), Nagellack von Hermès (Vert Egyptien)

Linke Seite: Seidenbluse von Fendi
Make-up: Primer von Charlotte Tilbury (Brightening Youth Glow), Lip-Liner von Charlotte Tilbury (Lip Cheat, Pillow Talk Medium), Lippenstift von Charlotte Tilbury (Hot Emily)



Wem steht dieses Prädikat zu – in deinen Augen?

Anmut und Persönlichkeit müssen hinzukommen: Meryl Streep hat so was Edles, das ich schön finde. Und Lady Di war in meinen Augen auch eine schöne Frau. Mit ihr verbinde ich menschliche Wärme. Schönheit ist viel größer – und seltener – als Attraktivität. Deshalb finde ich das Wort Schönheitskönigin auch so, puh...

Du hast, noch bevor du Miss Germany geworden bist, deine Nase operieren lassen. Warum?

Die Nase war mein wunder Punkt. Mein Nachname reimt sich auf Höcker. Beide Worte wurden in der Schule gerne in Kombination verwendet. Ich fand mich nicht fotogen, ich war ein Laufsteg-Mädchen. Ich hatte zudem das Gefühl, dass mich das mit Blick auf die Modeljobs weiterbringt. Und das war auch so. Heute würde ich sagen: Das war eine der beiden besten Entscheidungen meines Lebens.

Und die andere?

Meine Eigentumswohnung.

Wenn du heute 22 wärest oder jünger: Würde dich die Teilnahme an „Germany's Next Topmodel“ reizen?

Ich glaube schon. Mich würde das heute auf jeden Fall mehr ansprechen als eine Miss-Germany-Wahl, da das ja auch das Business ist, aus dem ich kam. Für die Miss ist nach einem Jahr alles rum. Die Siegerin bei GNTM hat direkt einen Vertrag und eine gute Chance, ins Modelbusiness einzusteigen.

Seit 2020 tritt die übrig gebliebene Miss-Germany-Organisation mit einem anderen Anspruch an. Es ist kein Schönheitswettbewerb mehr, sondern der Claim lautet „Empowering authentic women“. Frauen, „die uns mit ihren Visionen inspirieren“, so heißt es, können sich bewerben. Es gibt keine Beschränkungen bei Größe, Gewicht, Aussehen, Identität. Was glaubst du, warum hat der Veranstalter sein Konzept geändert?

Weil er gemerkt hat, dass das klassische Konzept in der heutigen Zeit nicht mehr funktioniert. Weil er mit der Zeit gehen muss. Die Frage ist nur: Sollte man das jetzt noch Miss Germany nennen? „Authentic-Women-Contest“ würde besser passen. Beziehungsweise ist es sinnvoll, aus dem, was die Jury dort auszeichnet, tatsächlich einen Wettbewerb zu machen?

Wie ging's für dich weiter nach der Miss-Germany-Zeit?

Ich habe noch einige Jahre lang gemodelt, das hat Spaß gemacht, und ich habe gut verdient. Dann habe ich aber selbst gemerkt, dass ich etwas machen möchte, was mich mehr fordert. Heute arbeite ich als Assistentin des Direktors der Frankfurter Buchmesse.

Es gibt einen Fun Fact zu deiner Wahl von 1989...

Du meinst die ZDF-Show „Nase vorn“, bei der Frank Elstner alle fünf Missen, die es 1990 gab, auf eine Bühne gebracht hat und uns gegeneinander hat antreten lassen?

Antreten lassen?

Wir mussten uns alle etwas überlegen, was wir präsentieren. Ich habe gesteppt. Ich fand mich eigentlich ganz gut, aber zugegebenermaßen habe ich vorher nie gesteppt, sondern im Schnellverfahren die Grundschritte gelernt. Das war eine Show, bei der ich ein paar Fremdschäm-Momente hatte. Trotzdem hat es mich ein bisschen gewurmt, dass ich nicht gewonnen habe, da ich mich ja schon als die einzig wahre Miss gesehen habe.

Diese Story kannte ich noch gar nicht. Ich meinte eigentlich Verona Pooth, damals Feldbusch...

Ach ja, sie ist bei meiner Wahl Dritte geworden. Und zwei, drei Jahre später dann bei einer anderen Organisation Miss Germany.

Model: Christiane Stöcker

Fotos: Kathrin Makowski

Styling: Almut Vogel @ Bird Production

Make-up: Arzu Kücük @ Phoenix

Haare: Christian Olivier @ Uschi Rabe

Fotografiert am 28. August 2021 in Schondorf am Ammersee

Diese Seite oben: Double-Face-Kaschmirmantel von Brunello Cucinelli, die Krone ist aus dem Fundus der Film- und Theater-Ausstattung (FTA).
Make-up: Foundation von Armani (Luminous Silk Foundation), Puder von Dr. Hauschka (Colour Correcting Powder #01), Lidschatten von Bobby Brown (Eye Shadow Camel), Mascara von Lancôme (Hyponôse Doll Eyes), Highlighter von Hermès (Poudre D'Orfèvre #01 Permabross), Rouge von MAC Cosmetics (Go Play Blush), Lippenstift von Hermès (Rouge Hermès, Orange Brûlé)

Diese Seite unten: Seidenbluse mit Schluppe von Gucci über Mytheresa
Make-up: Foundation von Shiseido (Synchro Skin Self-Refreshing Foundation), Augenbrauengel von Charlotte Tilbury (Legendary Brows), Lidschatten von Byredo (Colour Stick, La Scène), Mascara von MAC Cosmetics (Extended Play Gigablack Lash), Rouge von Westman Atelier über den Onlineshop Niche Beauty (Super Loaded Tinted Highlight – Peau de Pêche), Lippenstift von Byredo (Solid Ground)



„GESTEN WERDEN WICHTIGER, WENN WENIGER MIMIK SICHTBAR IST“

Das fehlte Hermès noch: Schönheitsprodukte. Seit vergangenem Jahr gibt es sie. Agnès de Villers, verantwortlich für diesen Bereich, spricht darüber, wie man einen Lippenstift in der Pandemie lanciert, Plastik vermeidet und die beste alte Idee recycelt.

Frau de Villers, Hermès ist kein Luxushaus, das ständig einen neuen Sneaker auf den Markt wirft. Umso überraschter konnten Kunden sein, als Sie mitten im ersten Lockdown auf einmal ein neues Sortiment vorstellten: Kosmetika. Wir lancieren tatsächlich nicht einfach Dinge, sondern denken sehr genau darüber nach. Dieses Projekt haben wir fünf Jahre lang geplant. Covid-19 war natürlich nicht Teil des Plans, das hätten wir nicht vorhersehen können. Seit 20 Jahren kursiert diese Idee, sie passt ja auch zu dem, wofür Hermès steht: Komfort und Eleganz im alltäglichen Leben. Schönheit kommt den Menschen nahe.

Wie plant man eine solche Idee über fünf Jahre hinweg?

Mit so viel Zeit konnten wir die Dinge wirklich besprechen. So konnten wir etwa die künstlerischen Direktoren bei Hermès miteinbeziehen und unsere Farbspezialisten. Pierre Hardy, der für Hermès den Schmuck und die Schuhe entwirft, hat sich des Designs angenommen. Auch die Produkte sollten wie Accessoires für sich stehen. Die Arbeit am Objekt war elementar. Wir wollten ein schönes Objekt kreieren, das unseren Grundsätzen in Bezug auf Material, Farbe, Geste und einer Vision von umweltfreundlicher Entwicklung entspricht. Wir sind ja eines der letzten Häuser, das Beauty lanciert, und häufig hat man es in diesem Bereich mit Lizenzprodukten zu tun. Uns war immer bewusst, dass wir das selbst machen würden. Wichtig war uns zum Beispiel, bei dem Lippenstift so wenig Plastik wie möglich zu verwenden, dass die Metallteile recycelfähig und die Produkte überhaupt wiederbefüllbar sind. Wir wollen, dass die Produkte von Dauer sind.

Mit diesem Punkt sprechen Sie einen neueren Trend an. Wann haben Sie das entschieden?

Wir haben uns schon zu Beginn dazu entschieden. Es war damals schon klar, dass dieses Thema in naher Zukunft sensibler werden würde. Auch die Taschen von Hermès werden von Generation zu Generation weitergegeben. Deshalb wollten wir in dem Lippenstift alle Werte von Hermès zusammenfassen. Die Werte, die man auch in einer Kelly Bag findet. Davon abgesehen haben wir nichts Neues erfunden, in den zwanziger, dreißiger und vierziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts bot Hermès schon Lippenstifte an, damals waren die Hülsen aus Gold und Silber.

Wie hat sich Ihre Lippenstift-Linie geschlagen, als, zeitlich denkbar unpassend, die Pflicht zum Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes kam?

Die Lippenstifte haben wir am 15. März 2020 lanciert. Am 16. März fuhr die Welt herunter. Zum Glück hatten wir den Lippenbalsam, der ist durch die Decke gegangen. Wir haben sehr viel Lippenbalsam verkauft. Aber es zeigt auch, wie wichtig die Schönheit des Objekts ist, denn das wird in der Zeit der Gesichtsmasken für viele ein Argument gewesen sein, dennoch einen Hermès-Lippenstift zu kaufen.

Vielleicht lag es auch daran, dass das ein halbwegs erschwingliches Produkt von Hermès ist?

Wir konnten in jedem Fall feststellen, dass es nicht nur unter unseren Kunden, sondern auch unter solchen, die bislang nicht bei Hermès eingekauft haben, auf Begeisterung gestoßen ist. Beauty ist eine schöne Brücke zu neuen Generationen.

Was bedeutet Menschen Luxus in einer Pandemie?

Beauty ist immer gut durch Krisen gekommen. Sie scheint essenziell zu sein, für die eigene Fürsorge und das Wohlbefinden. Und, auf die Gefahr hin, dass das pathetisch klingt, für die Würde.

So ähnlich hat es in der dritten Welle auch die deutsche Bundesregierung formuliert. Die Friseure durften geöffnet bleiben, wegen der Würde.

Ich denke, dass uns diese Pandemie gezeigt hat, dass Beauty nützlich ist. Vielleicht helfen ein paar Tropfen Parfüm oder etwas Farbe auf den Lippen auch über schwierige Momente hinweg.

Nun lancieren Sie auch eine Handcreme. Da haben Sie die kritischsten Kunden ja im eigenen Haus sitzen – die Handwerker.

Stimmt, bei uns sind Hände elementar. Es ist das Werkzeug der Handwerker, und das bedeutet, dass die Hände das Gesicht von Hermès sind.

Wir haben mit ihnen auch zusammengearbeitet. Eine Gruppe Handwerker, Männer und Frauen, hat dieses Projekt begleitet, die Formeln der Handcreme immer wieder getestet und kommentiert. Uns war die Textur wichtig: Sie sollte reparieren, aber keine Rückstände hinterlassen, damit sie weiterhin mit ihren Händen arbeiten können.

Haben die Handwerker sich auch zu Ihren Nagellacken geäußert? Dürfen sie bei der Arbeit überhaupt Nagellack tragen?

Ja, natürlich dürfen sie bei der Arbeit Nagellack tragen. Die Lacke entsprechen den Farben der Armreife, die auch in mehreren Schritten lackiert werden.

Dennoch muss man auch die Hand-Produkte, so wie die Lippenstifte, im Zusammenhang der Pandemie betrachten.

Stimmt, wir fassen heute weniger Hände an. Aber sie sind umso präsenter, denn wir sehen die Gesichter unter den Masken ja nicht mehr richtig. Gesten werden wichtiger, wenn weniger Mimik sichtbar ist. Wir kommunizieren mit unseren Augen und Händen.

Wann haben Sie zuletzt jemandem die Hand geschüttelt?

Vor zwei Tagen, an einem Montagabend. Das war mit jemandem, der geimpft ist. Eine Überraschung war es aber schon.

Was schätzen Sie: Wird das Händeschütteln jemals zurückkommen?

Das hoffe ich. Aber vermutlich werden wir dann erst mal sehr viel Desinfektionsmittel in der Handtasche mit uns herumtragen wollen.

Die Fragen stellte Jennifer Wiebking.



Agnès de Villers,

Jahrgang 1969, ist in Paris geboren, in der Champagne aufgewachsen und seit 27 Jahren beruflich mit Schönheit befasst. Seit sechs Jahren arbeitet sie bei Hermès an diesem neuen

Projekt. Los ging es mit Lippenstiften und Rouge, neben der Nagellack-Serie erscheinen in diesen Wochen Handcreme und Nagellöl, die schon die COSMOS-Zertifizierung als naturkosmetische Produkte bekommen haben. Die Beauty-Produkte von Hermès werden in Le Vaudreuil in der Normandie gefertigt.



Klassiker-Box, Überraschungs-Inhalt: Von Hermès gibt es jetzt auch Nagellacke in den Farben der Armreife des Hauses.

Foto Martin Alberman



ICH BIN ICH

Aber wer ist eigentlich ich?
Und welche Rollen spielen
Körper und Geschlecht bei
der Suche nach Identität?
In immer mehr Kinder-
und Jugendbüchern geht
es um die Frage, ob wir
selbst über unser Schicksal
bestimmen können.

Von Tilman Spreckelsen

Illustrationen Philip Schönfeld



Wenn das Wesen A morgens aufwacht, muss es sich erst einmal orientieren: Wo befindet es sich gerade, wem gehört das Zimmer, das Bett – und wem gehört der Körper, in dem A nun steckt? Denn A beginnt jeden neuen Tag in einem anderen physischen Umfeld. Alles ist anders, nur nicht sein Bewusstsein und sein biologisches Alter, das gerade 16 Jahre beträgt. Mal ist A männlich, mal weiblich, schwarz oder weiß, mal lebt A in einem reichen Elternhaus, mal in prekären Verhältnissen, in einer liebevollen Familie oder unter Menschen, die sich nicht weiter um A kümmern. Und immer geht es um die rasche Anpassung an das Leben, in das A für einen einzigen Tag hineingeworfen wird.

So steht es im Jugendbuch „Letztendlich sind wir dem Universum egal“ von David Levithan, erschienen 2012 im amerikanischen Original und zwei Jahre später bei S. Fischer. Es ist nicht nur ausgesprochen spannend, denn die ständigen Besuche von A in wildfremden Körpern hinterlassen Spuren in den betreffenden Leben, die zumindest für einen Tag ganz anders als gewohnt verbracht werden, was im Umfeld – Eltern, Freunde, Geliebte – für Verwunderung und sogar Argwohn sorgt. Es wirft auch grundsätzliche Fragen auf: Wenn der Besuch von A im Körper der Jugendlichen trotz aller Bemühungen, nicht aufzufallen, solche Veränderungen hervorbringen kann, warum bleiben die Jugendlichen sonst so in ihrem Trost, in ihren guten wie schlechten Gewohnheiten befangen? Und umgekehrt: Wenn A sich – losgelöst von irgendeinem festen eigenen Körper – so vielen derart unterschiedlichen anderen anpassen kann, welche Rolle spielt dann die Biologie überhaupt noch für die Identität eines Menschen? Empfindet sich A als einem Geschlecht oder einer Ethnie zugehörig, oder formt umgekehrt das Wesen

den jeweiligen Körper? Fest steht nur, dass A ungeheuer einsam ist, weil keine rasch geschlossene Freundschaft auch nur diesen einen Tag überdauern kann – am nächsten Tag wird A ja vollkommen anders aussehen und sich vielleicht 2000 Kilometer entfernt aufhalten. Und könnte man wirklich, fragt der Autor Levithan, „jemanden lieben, der körperlich so gestaltlos, in seinem Innersten aber zugleich so beständig ist?“

Schon lange sind Körper ein Thema im Kinderbuch, meist indem sie in ihrem jeweiligen Aussehen und ihren Funktionen beschrieben werden, also aus überwiegend biologischer Perspektive. Während dabei aber lange Zeit das im Vordergrund stand, was allen Körpern gemeinsam ist, hat sich in den vergangenen Dekaden der Blick für Unterschiede geschärft, dafür also, was einen Körper jeweils einzigartig macht. „Der eigene Körper ist das Zuhause eines jeden Menschen“, heißt es im aktuellen Buch „AnyBody“ von Katharina von der Gathen und Anke Kuhl (Klett Kinderbuch): „Niemand kann vorher seine Eltern oder das Land aussuchen, in das er oder sie hineingeboren wird. Genauso kann auch niemand vorher auswählen, mit welchen körperlichen Eigenschaften er oder sie auf die Welt kommt. Aber man kann herausfinden, wie man sich mit seinem eigenen Körper am wohlsten fühlt.“

Das ist das wesentliche Thema des alphabetisch aufgebauten Buchs: Von „Alt sein“ und „Behindert“ über Einträge wie „Geschlecht“ und „Hässlich“, „Schönheitsoperation“ und „Selbst bestimmen“ bis hin zu „Vulva“, „Zu dick“, „Zu dünn“ und „Zuhause“ geht es um die biologische Realität ebenso wie um unseren Blick darauf. Wie schon in früheren Büchern der Autorin und der Zeichnerin reagieren die Texte auf Gespräche und Fragen

derjenigen, die „AnyBody“ lesen sollen – also der Kinder. Und Einträge wie etwa der zu „Schönheitsoperation“ vermeiden naheliegende Impulse. Das beginnt mit dem Satz „Manche Menschen sind mit einzelnen Körperteilen so unglücklich, dass sie sich zu einer Operation entscheiden“, signalisiert also erst mal Verständnis auch auf einem Feld, das man als Eltern lieber nicht so gern betritt und vor dem man seine Kinder eher bewahren möchte. Nachdem eine Reihe von Gründen aufgezählt sind, die es für ein solches Unglücklichsein gibt, heißt es dann aber zu recht: „Eine Operation sollte man sich gut überlegen. Fast immer gehören auch Schmerzen, Blutungen und bleibende Narben dazu. Gemeinsam mit einer Ärztin oder einem Arzt kann man gut herausfinden, ob eine Operation wirklich hilft, sich mit seinem Körper besser zu fühlen.“

CARLA ODER ENGELBERT?

Während sich Katharina von der Gathen und Anke Kuhl wesentlich auf die Akzeptanz des eigenen Körpers konzentrieren, geht es in anderen, vor allem erzählenden Jugendbüchern eher darum, wie die Umwelt auf die Körper der Protagonisten reagiert und wie selbstverständlich etwa hingekommen wird, wenn Jugendliche beschließen, das biologische Geschlecht zu hinterfragen. In Elisabeth Steinkellners und Anna Gusellas Buch „Papierklavier“ (Beltz Verlag) gibt es im Freundeskreis um die sechzehnjährige Erzählerin Maia einen Engelbert, der seiner Umgebung auch als Carla gegenübertritt. Befragt von Maia, ob es nicht anstrengend sei, „immer wieder die Identität zu wechseln“, antwortet Engelbert: „Ich bin ja nicht einmal der und einmal die, sondern immer ich. Aber für die Leute ist es halt einfacher, wenn sie dich in eine Kategorie stecken können. Solange die nicht wissen, ob du Mann oder Frau bist, können die nicht mal normal mit dir reden. Erst wenn sie dich mit einem Label versehen können, sind sie zufrieden. Mann, Frau oder meinetwegen auch Trans. Hauptsache eine Kategorie ist da. Aber wer weiß, vielleicht kommt der Tag, an dem ich einfach ich sein kann.“ Bis dahin macht Carla andere Erfahrungen. Sie wird auf dem Heimweg überfallen und zusammengeschlagen und sagt dazu später im Gespräch mit Maia nur: „Als Frau mit Penis hat man nun mal die Arschkarte gezogen.“

Mag sein, dass sich eine Ablehnung der Person bisweilen auf das ganze Buch überträgt. „Papierklavier“ war in diesem Jahr für den renommierten Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreis nominiert und sollte die Auszeichnung nach dem Beschluss der Jury auch bekommen. Die Bischöfe aber kassierten diesen Beschluss, ein äußerst ungewöhnlicher Vorgang, der hohe Wellen schlug und schließlich zu einer Statutenänderung des Preises führte – künftige Juryentscheidungen sind endgültig und müssen nicht mehr durch die Bischofskonferenz bestätigt werden.

Dass die Jury mit ihrem Votum für „Papierklavier“ so viel Rückenwind bekam, dürfte auch am speziellen Umfeld des Kinderbuchbetriebs liegen. *Wokeness* ist in den Verlagen weit verbreitet, es wird nicht nur bei Bilderbüchern seit einiger Zeit darauf geachtet, dass möglichst viele gesellschaftliche Gruppen in den Abbildungen repräsentiert werden. Auch die Kinder- und Jugendbücher, in denen Mitglieder aus der LGBTQ-Community eine wichtige Rolle spielen, werden stetig mehr.

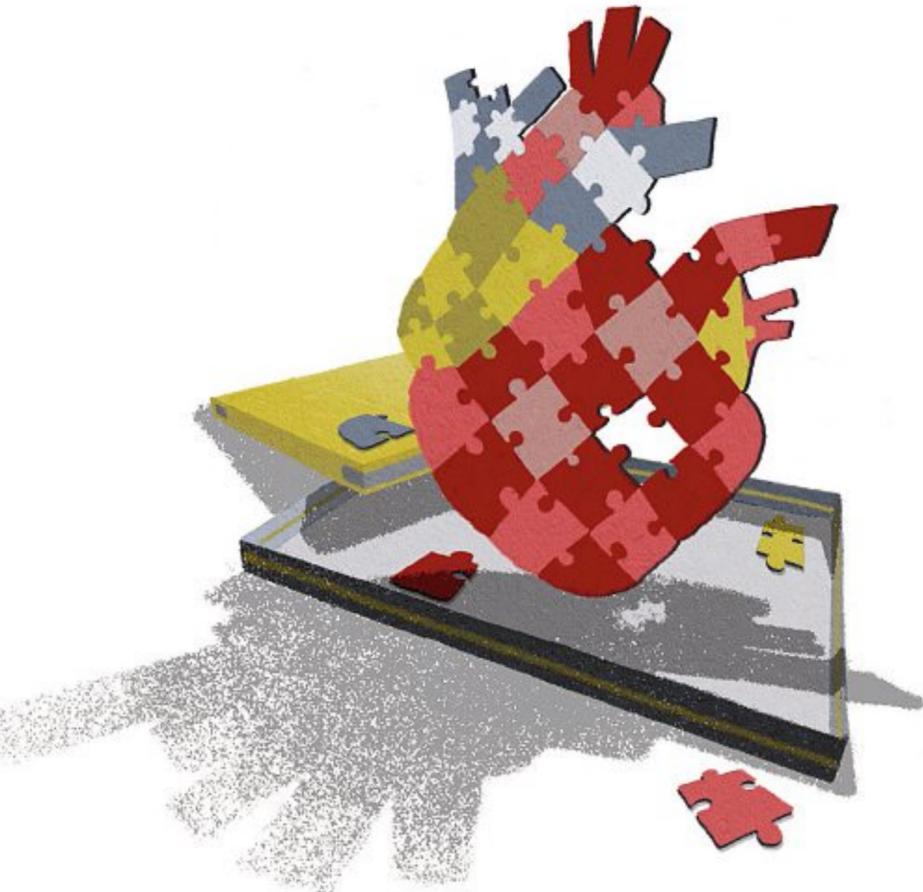
Sie sind, wie in Julia Bleskens jüngst erschienenem Buch „Mission Kolomoro“ (Oetinger Verlag) ein selbstverständlicher Bestandteil einer Gruppe von Kindern oder Jugendlichen und fallen dort nicht groß auf. Oder es ist ihre eigene Geschichte, die erzählt wird, wie etwa in Alex Ginos Roman „George“ (S. Fischer). Gerade hier zeigt sich, wie sehr Sprache eingesetzt werden kann, um das Körperempfinden der Hauptfigur als Mädchen ebenso abzubilden wie die davon abweichende Anschauung der Menschen ihrer Umgebung, die George, ein Kind im späten Grundschulalter, als Junge ansehen. Es fällt George nicht leicht, sie vom Gegenteil zu überzeugen, davon, dass sie sich eben als Mädchen fühlt und nicht anders kann. Für die Leser aber wird das sehr deutlich. Wir erleben George in der Schule, wo sie von anderen Kindern wegen ihrer Art gehänselt wird. Und zu Hause, wo sie darum ringt, sich ihrer Mutter anzuvertrauen. „Mom, was ist, wenn ich ein Mädchen bin?“, versucht sie zu fragen. Nicht nur, weil sie von ihrer Mutter darin akzeptiert werden

möchte, sondern auch, weil sie sich mit der Frage einer Geschlechtsumwandlung beschäftigt, über die sie im Internet gelesen hat, und weiß, dass sie dabei die Unterstützung der Mutter brauchen würde: „George hatte vor ein paar Monaten ein Interview mit einer wunderschönen Frau namens Tina im Fernsehen gesehen. Sie hatte goldbraune Haare, dicke Haare mit blonden Strähnen und lange glitzernde Fingernägel. Der Moderator erzählte, dass Tina als Junge geboren wurde, und fragte sie dann, wann sie den Eingriff habe machen lassen. Die Frau hatte erwidert, dass sie eine transidentische Persönlichkeit sei.“

SUCHE NACH VORBILDERN

Der Autor Alex Gino, nach Verlagsangaben „seit über zwanzig Jahren in der queeren und transgener Bewegung aktiv“, macht klar, in welcher Intensität Georges Gedanken um ihren Körper kreisen. Dass sie Vorbilder sucht, in denen sie sich selbst wiederfinden kann, und wie schwer das ist. Und wie hilfreich die Unterstützung derjenigen ist, die sie auf diesem Weg begleiten. Das allerdings verlangt ihr zunächst anstrengende Gespräche ab, zum Beispiel mit ihrem betont maskulinen älteren Bruder Scott, der dann aber überraschenderweise Verständnis zeigt und die Entscheidung, als Mädchen zu leben, konsequent findet: „Nimm’s mir nicht übel, aber als Junge bist du nicht besonders gut.“ In einer der schönsten Szenen des Buchs schließlich besucht George ihre Freundin Kelly und kleidet sich dort mit Kellys Hilfe und mit Beständen

// Es fällt der Hauptfigur George nicht leicht, ihre Umgebung davon zu überzeugen, dass sie sich eben als Mädchen fühlt und nicht anders kann. //



aus deren Kleiderschrank zum ersten Mal vollständig als Mädchen, Stück für Stück, um danach beinahe berstend vor Glück mit ihr und ihrem Onkel in den Zoo zu gehen.

In „Birthday. Eine Liebesgeschichte“ von Meredith Russo (Loewe Verlag) sind die beiden Ebenen noch enger verschränkt: die des Kindes, das sich im falschen Körper fühlt, und die seiner Umgebung. Der Roman wird kapitelweise abwechselnd von Morgan und Eric erzählt, die beide am selben Tag im selben Krankenhaus zur Welt kamen und seitdem Freunde sind. Die Geschichte setzt an ihrem 13. Geburtstag ein und mit Morgans Versuchen, Eric ihr Geheimnis anzuvertrauen: Geboren als Junge, fühlt sie sich als Mädchen.

Was das in der Machogesellschaft bedeutet, in der beide Familien leben, kann sie sich vorstellen, und besonders Eric Vater offenbart sich als äußerst unangenehmer Repräsentant dieses Milieus. Am Ende des Romans, einige Jahre später, treffen sich die beiden jungen Erwachsenen wieder. Eric, der sich in die mittlerweile als Frau lebende Morgan verliebt hat, beschreibt sie so: „Durch unzählige subtile Veränderungen hin zum Zarten hat sie sich vollständig verwandelt, und doch ist sie immer noch sie selbst, sogar mehr sie selbst als je zuvor.“ Spätestens an dieser Stelle kann man die individuelle Liebesgeschichte auch als Utopie einer Gesellschaft lesen, die bereit ist, die Identität einer Person in unterschiedlichen körperlichen Manifestationen zu erkennen.

Ganz so also wie im Fall des wechselhaften Wesens A in David Levithans Roman. Nur dass dieses Konzept an seine Grenzen stößt, als A sich in das Mädchen Rhiannon verliebt und ihr nahe sein will. Denn obwohl sie nach einigem Widerstand bereit ist, seine Geschichte des ewigen Körperwechsels zu akzeptieren, obwohl sie sogar lernt, A in unterschiedlichen Personen zu erkennen und auch zu lieben, wissen beide, dass sich auf dieser Grundlage kein gemeinsames Leben führen lässt. Levithan ist klug genug, seine Leser daraus eigene Schlüsse ziehen zu lassen. ◀

„ULTRADÜNNE PUPPEN SIND EINE GEFAHR FÜR MÄDCHEN“

Welche Bedeutung hat Barbie für das Körperbild von unter Zehnjährigen? Und was sind die langfristigen Folgen? Fragen an die britische Psychologin Lynda Boothroyd.

Frau Boothroyd, Sie forschen an der Durham-Universität in England zu Partnerwahl, männlichen Gesichtsmerkmalen und Attraktivität. In Ihrer Studie von diesem Jahr beschäftigen Sie sich mit sehr schlanken Puppen. Was heißt „ultra-thin“? Ultradünn beschreibt Puppen, die unnatürlich schlank sind. Wie Barbie und andere Fashion-Dolls haben sie Proportionen, die kein Mensch erreichen kann. Und auch gar nicht halten könnte. Trotzdem gehört die Barbie seit Jahrzehnten zu den beliebtesten Spielsachen.

Lassen sich die Proportionen von Barbie, Monster-High-Puppen & Co. im Body-Mass-Index berechnen, also dem Körperfett in Beziehung zu Größe und Gewicht?

Barbie hat einen Body-Mass-Index von 16,2. Steffi-Ankleidepuppen und die Disney-Figuren haben ähnliche Proportionen. Monster High spielt in einer noch härteren Liga. Der Body-Mass-Index der Puppen, ausgehend von ihrem Taillenumfang, liegt unter 10.

Gemäß der Gewichtsklassifikation der Weltgesundheitsorganisation übersetzen sich diese Werte ohne Ausnahme in hochgradiges bis lebensgefährliches Untergewicht. Stimmt.

Wie sieht es bei Lottie und Dora aus?

Die Puppen entsprechen Mädchen mit durchschnittlichen Proportionen. Lottie hat die Maße einer etwa Neunjährigen, Dora die einer Siebenjährigen.

Sie haben untersucht, welche Wirkung die ultradünnen Puppen auf das Körperbild von Mädchen haben.

Ja, wir haben 30 Mädchen gebeten, fünf Minuten lang mit den ultradünnen Puppen wie Barbie & Co. sowie realistischeren wie Lottie und Dora zu spielen. Vor und nach dem Spiel sollten sie am Computer ihre eigenen Proportionen und ihre Idealmaße zeigen. Wir wollten sehen, ob die ultradünnen Puppen bei jungen Mädchen einen Risikofaktor für die Verinnerlichung eines Schlankheitsideals und Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper darstellten.

Hollywood, der Presse und sozialen Medien wird häufig vorgeworfen, sie transportierten ein ungesundes Frauenbild. Nur wer schlank ist, so die Botschaft, ist schön.



Schön realistisch: Die Proportionen der Dora-Puppe entsprechen denen eines sieben Jahre alten Mädchens.

Das kann man besonders eindrucksvoll bei Castingshows beobachten. Sie zeigen nur eine geringe Bandbreite von Körperformen. Das gilt übrigens auch für Hautfarbe und Naturhaar. Das Phänomen zieht sich durch die meisten Sendungen. Fast alle sind Teil des Problems.

Würden die Zuschauer nicht auch bei Casting-shows zuschalten, bei denen die Teilnehmerinnen einen gesunden Body-Mass-Index haben? Es wäre bestimmt interessant zu sehen, wie weit man die Konsumenten bringen kann. Das bleibt aber vermutlich Utopie. Zum einen ist das Schönheitsideal schon fest in den meisten Köpfen verankert. Zum anderen müsste die Unterhaltungsindustrie an einem Strang ziehen. Wie stark Fernsehen das Körperbild formt, habe ich in Nicaragua gesehen. Dort gibt es erst seit kurzer Zeit Satellitenempfang, und den auch nur in einigen Regionen. Meine ersten Untersuchungen zeigen eine direkte Verbindung zwischen Fernsehen und Schlankheitsideal: Je mehr die Mädchen und Frauen dort fernsehen, desto dünner die ideale Körperform.

Gelegentlich gibt es prominente Lichtblicke. Die Schauspielerin Keira Knightley lehnt seit Jahren Retuschen ab, eine Konsequenz aus dem Eklat um das Kinoposter des Abenteuerfilms „King Arthur“, auf dem ihrer schmalen Silhouette digital eine ungewohnt üppige Oberweite verpasst wurde. Photoshop zu widerstehen ist in Hollywood nicht leicht. Aber der Versuch, zumindest exzessive Retuschen zu stoppen, wäre ein Anfang. Ein bisschen Spielraum sollte selbst da möglich sein.

Lässt sich der Einfluss der Unterhaltungsbranche auf die Körperwahrnehmung auf die Puppen übertragen?

Für viele Mädchen sind die Puppen sehr wichtig. Mehr als jede dritte Amerikanerin im Alter von fünf bis 13 Jahren gab an, am liebsten mit Puppen zu spielen. Als ich vor einigen Jahren mit meiner Forschung begann, zeigte eine Studie in Israel, dass Mädchen dort im Durchschnitt fünf Barbies und drei der noch schmalere geformten Bratz-Puppen im Kinderzimmer haben. Und der Trend hält an: Der Spielzeughersteller Mattel verkaufte 2020 fast 30 Prozent mehr Barbies als noch im Vorjahr.

Die Mädchen, die an Ihrer Studie teilnahmen, waren fünf bis neun Jahre alt. Als Laie würde ich vermuten, dass Schlankheitsdiktat und Schönheitsideal mit Beginn der Pubertät eine Rolle spielen.

Die Forschung hat gezeigt, dass sich die Grundlagen der Körperwahrnehmung in der Phase der späten Kindheit vor Beginn der Pubertät entwickeln. Zu diesen Grundlagen gehören Vorurteile gegen Dicksein ebenso wie die Verinnerlichung des Schlankheitsideals.

Spielen die ultradünnen Puppen in dieser Hinsicht eine besondere Rolle?

Ja. Wir beobachteten, dass die Mädchen im Alter von fünf bis neun Jahren nach dem Spiel mit Barbie & Co. weniger zufrieden mit dem eigenen Körper waren und ein dünneres Ideal anstreben als vorher. Die Mädchen, die mit den realistischeren Puppen gespielt hatten, gaben dagegen an, mit dem eigenen Körper zufrieden

zu sein. Ihre Vorstellung von einer idealen Figur blieb unverändert. Das legt den Schluss nahe, dass sich schon ein kurzes Spiel mit den ultradünn geformten Puppen auf das Körperideal von Mädchen auswirkt. Unsere Probandinnen haben ja nur etwa fünf Minuten damit gespielt.

Welche Folgen hat der Mix aus Hungerbaken-Ideal und Unzufriedenheit mit der eigenen Figur später auf die Mädchen?

Wir gehen davon aus, dass sich daraus ernste Probleme für ihre geistige und körperliche Gesundheit entwickeln. Zum Beispiel Essstörungen, Gewichtszunahme oder Depressionen. Das belegt übrigens auch die Untersuchungen anderer Forscher.

Sie haben sich auch auf die Suche nach einer Art Gegengift gemacht und versucht, herauszufinden, ob das Spiel mit natürlicheren Puppen wie Lottie und Dora Körperwahrnehmung und Schlankheitsideal bei den Mädchen wieder ins Lot bringt, die zuvor mit den ultradünnen Barbies gespielt haben. Wir stellten die These auf, dass die Mädchen nach der ersten Spielrunde mit den ultradünnen Puppen die ideale Körperproportion senken, das Ideal nach der zweiten Spielrunde, in der wir ihnen realistischere Puppen oder Autos gaben, aber wieder erhöhen.

Hat sich Ihre These bestätigt?

Leider nicht. Wenn sich das Schlankheitsideal durch Barbie & Co. erst mal entwickelt hat, kann es nicht auf die Schnelle wieder durch Puppen mit realistischeren Proportionen oder mit sogenannten Kontrollspielsachen, in unserem Fall Autos, entschärft werden. Wir mussten einsehen, dass ultradünne Ankleidepuppen eine Gefahr für das Körperbild junger Mädchen darstellen, der man nur schwer entgegenwirken kann.

Und wie halten Sie es privat? Als Mutter einer Zehnjährigen kommt man an Ankleidepuppen vermutlich auf Dauer nicht vorbei.

Meine Tochter hat in den vergangenen Jahren immer wieder als Versuchskaninchen bei der Ausarbeitung der Experimente für die Studie erhalten müssen. Interessanterweise hat sie aber nie gefragt, ob sie eine Barbie bekommt. Jahrelang habe ich jeden Besucher, der unser Haus betreten hat, gefilzt. Wenn jemand für meine Tochter eine Barbie als Geschenk mitbrachte, habe ich die Puppe sofort versteckt und heimlich verschwinden lassen.

Hat das funktioniert?

Eine ganze Weile. Bis ihre Freundinnen kamen und ihr zusammen eine Barbie zum Geburtstag geschenkt haben. Da musste ich kapitulieren.

Die Fragen stellte Christiane Heil.



Lynda Boothroyd,

Sozialpsychologin, wurde 2004 mit einer Arbeit über die Folgen väterlicher Abwesenheit promoviert und beschäftigt sich heute an der Durham-Universität mit Körperbildern und Geschlechterrollen.



KEINE BEWEGUNG! Von Jennifer Wiebking

Vor 20 Jahren kam ein berühmtes Anti-Falten-Mittel auf den Markt. Heute lassen sich immer mehr Menschen „botoxen“ – auch in Deutschland. Der Eingriff hat unser Bild von Schönheit grundsätzlich verändert, und das nicht gerade zum Positiven.

Bei den „Real Housewives“ ist viel Drama im Spiel, so gehört es sich für Trash-TV. Seit 15 Jahren läuft die Show mit diversen amerikanischen und internationalen Ablegern. Immer ist die Geschichte ähnlich: Reiche Frauen stellen ihr ausschweifendes Lebensmodell zur Schau. Auch ein paar Frauen jenseits der 40 sind dabei, und daran, dass sie trotzdem im Fernsehen zu sehen sind, ist selbstverständlich nichts auszusetzen. So ist es auch bei der Besetzung der „Real Housewives of Beverly Hills“, Staffel 3, die man sich an einem verregneten Wochenende auf Netflix anschauen kann. Am Anfang steht ein Streit: Die eine beschuldigt die andere, eine private Geschichte an eine Zeitung verkauft zu haben. Es ist auch viel Freude über neue Häuser und neue Autos dabei in diesen ersten Folgen der Staffel („OH MY GOD“).

Und es wird laut, vor Freude wie vor Ärger. Die Gesichter der sieben Frauen aber, die sich da selbst spielen, sind so gut wie regungslos. Sie muten an wie aus Stein gehauen.

Heute sehen viele Menschen so aus wie die „Housewives“ schon 2012, als Staffel 3 gedreht wurde. Der Reality-Charakter der Serie hat sich also gleich in doppelter Hinsicht bestätigt. Dafür ist natürlich nicht allein Botox verantwortlich zu machen, sondern auch die zahlreichen Filler, die Wangen, Stirn, Lippen und Mundpartien straffen und polstern, die uns angeblich wacher und munterer aussehen lassen. An den Gesichtern der fünf Frauen in der Realityshow, die nur schwer auseinanderzuhalten sind, kann man es ablesen: Im Gegenzug verschwinden Mimik und alles, was uns voneinander unterscheidet.

Staffel 3 der „Real Housewives“ ist noch aus einem anderen Grund bemerkenswert. Denn sie markiert zeitlich genau die Mitte zwischen den Anfängen von Botox und der Gegenwart. Im

Frühjahr 2002 wurde das Nervengift, das bis dahin therapeutische Zwecke erfüllte, etwa bei einem Lidkrampf, in den Vereinigten Staaten von der Gesundheitsbehörde FDA für ästhetische Zwecke zugelassen. Damit wurde es berühmt. In wenigen Monaten feiert es, wenn man so will, Geburtstag. Seit 20 Jahren ist Botox nun unter uns, oder eher: in uns.

Kein Eingriff ist in Deutschland beliebter als dieser: 24.223 Mal wurde er gemäß Zahlen der Vereinigung der Deutschen Ästhetisch-Plastischen Chirurgen (VDÄPC) im vergangenen Jahr vorgenommen, und damit öfter als die Anwendung von Hyaluronsäure (Platz 2), Fettabsaugung (Platz 3) und Oberlidstraffung (Platz 4). Jedes Jahr lassen sich mehr Menschen in Deutschland „botoxen“, steigen die Zahlen: 2019 um 14,3 Prozent, 2020 um 6,4 Prozent.

Botox-Patientinnen und -Patienten haben viele Gesichter. Es gibt jene, die das furchtbar ernst nehmen, die Beverly-Hills-Klischeefrauen, anzutreffen in München-Grünwald oder Düsseldorf-Oberkassel. Aber es gibt heute auch jene, die eine Weile mit Grauensatz rumlaufen und sich dennoch hin und wieder eine Spritze setzen lassen, die damit wirklich ein bisschen wacher und munterer aussehen. Und es gibt die Neugierigen, die einfach einmal ausprobieren wollen, wie sie ohne Zornesfalte aussehen, aber weder das Geld hätten noch organisiert genug wären für eine Injektion alle paar Monate.

Denn die Wirkung ist zeitlich begrenzt. Das war schon bekannt, als Botox vor 20 Jahren offiziell auf den Markt kam. Die kanadische Ophthalmologin Jean Carruthers war Jahrzehnte zuvor, 1987, durch Zufall, bei der Behandlung eines Augenzuckens, auf Botulinumtoxin als Anti-Falten-Mittel für die Stirn gestoßen – ließ es aber nicht patentieren. Ein

Jahr später erwarb das Pharmaunternehmen Allergan die Rechte für den Vertrieb des Mittels. Zum Einsatz durfte es allerdings vorerst weiterhin nur für therapeutische Zwecke kommen. 14 weitere Jahre rumorte es in der Schönheitswelt, das deutlich invasivere Lifting kam in Mode. 2002 kam schließlich die Zulassung in den Vereinigten Staaten, ein Jahr später in der Europäischen Union.

Trotzdem ist Botox, wie es heute verwendet wird, eben nicht die Light-Version von Schönheits Eingriffen. Was nämlich geradezu irreversibel scheint, sind die Gesichter nach Jahren intensiver Botox-Behandlungen. Steven Harris nennt das „Alienisation“, menschliche Gesichter, die zunehmend dem Bild gleichen, das wir uns von Außerirdischen machen. Harris ist Mediziner und spezialisiert auf Filler und Botox. Kein anderer niedergelassener Arzt in Großbritannien spritzt davon so viel wie er.

Er führt eine Praxis in London, mit einer Klientel aus vielen Ländern. Wenn man ihn an einem Mittwochabend anruft und fragt, wie viele Patienten er an dem Tag behandelt habe, sagt er: etwa 20. Ein Drittel davon mit Botox. Mehrheitlich Frauen. Männer machen noch immer einen verschwindend geringen Anteil aus, in Harris' Praxis sind es etwa drei Prozent. So ist es auch in Deutschland: Etwa 95 Prozent der Behandlungen entfielen laut VDÄPC-Zahlen im vergangenen Jahr auf Frauen.

Harris begann schon 2004, aber richtig los ging es erst am Ende der zehner Jahre. „In den vergangenen drei bis fünf Jahren ist die Nachfrage explodiert“, sagt er. „Das liegt zunächst einmal daran, dass es viel mehr Anbieter gibt und die Preise somit gefallen sind.“ Je mehr Menschen mitmachen, umso normaler wird etwas. Im Falle von Botox – und weiteren beteiligten Füllern –

Freude oder Traurigkeit? Bei den Darstellerinnen der Realityshow „Real Housewives“ ist das eher an der Gestik als an der Mimik zu erkennen.

erlebten wir nun aber mehr als die Normalisierung faltenfreier Gesichter, sagt Harris. Dazwischen seien auch immer häufiger extreme Exemplare zu sehen. Und weil die meisten von uns ihre Freizeit nicht mehr nur analog verbringen, begegnen sie uns nicht nur hin und wieder auf der Restaurantterrasse in der Herbstsonne, auf dem 50. Geburtstag des alten Schulfreunds oder im Fernsehen. Man muss auch nicht ausnahmsweise „Real Housewives“ schauen. Es genügt, am Handy in den sozialen Medien zu daddeln. Man muss inzwischen lange suchen, um einen Instagram-Feed zu finden, in dem sich kein einziges Selfie mit regungslos straffen Gesichtszügen und aufgespritzten Lippen findet. „Man kann hier von einer Epidemie sprechen“, sagt Steven Harris. „Die Menschen sehen nicht mehr menschlich aus.“

Seine Vorwürfe richten sich gegen die eigenen Kollegen. Der Hang zur Überspritzung habe nicht nur mit Geldmacherei zu tun. 2016 untersuchte Harris, wie häufig körperdysmorphe Störungen, eine psychische Erkrankung, bei der Menschen sich auf einen für Außenstehende nicht wahrnehmbaren oder nur geringfügigen ästhetischen Makel fixieren, unter Schönheitschirurgen und ihren Patienten auftreten. Unter den Patienten, die in Schönheitspraxen sitzen, habe der Anteil acht bis 15 Prozent betragen, unter den Praktizierenden hingegen 16 Prozent.

„Man geht auf Kongresse und sieht Kollegen, die echt entstellt aussehen“, sagt Harris. „Das ist natürlich nur eine Minderheit, aber das muss man ernst nehmen, denn die veränderte Wahrnehmung wirkt sich auch auf die Behandlung aus.“ Harris rät daher auch: „Wenn Sie bei einem Schönheitsmediziner sitzen, der nicht normal aussieht, lassen Sie sich von ihm auf keinen Fall behandeln.“

Ein anderer Punkt sind die medizinischen Möglichkeiten: „Sie werden immer vielfältiger“, sagt Harris, „aber was auf der Strecke bleibt, ist die Kunst. Wer Patienten das Gesicht modelliert, muss für beides ein Bewusstsein haben.“ Die meisten könnten allerdings überhaupt nicht zeichnen und hätten für die Kunst kein Verständnis.

Nun ist Harris gewiss kein Botox-Gegner, er spritzt es jeden Tag. Aber er sagt: „Bei der ästhetischen Medizin geht es um natürliche, nicht um übertriebene Verbesserung.“ Doch was passiert, wenn wir uns an letzteren Eindruck zunehmend gewöhnen? Harris nennt das Bilder-Hypnose: „Wenn man permanent mit diesen Bildern auf Instagram und TikTok konfrontiert ist, denkt man irgendwann: Klar ist das normal.“

Hat sie? Hat sie nicht? Hat sie doch? So tuscheln heute immer weniger Menschen über andere, die mutmaßlich eine Botox-Behandlung in Anspruch genommen haben. „Es wird ganz klar eingesetzt“, sagt die Soziologin Paula-Irene Villa Braslavsky. Zu ihren Forschungsgebieten an der Ludwig-Maximilians-Universität München zählen Körper und Geschlecht in der Gesellschaft. „Niemand kann allein mit Yoga und innerer Haltung die ewige Jugend bewahren. Zugleich bleibt eine extrem stark wertende Kommentierung von Botox.“ Zur Normalisierung gehöre aber auch das dazu. Mit Botox sei es wie mit den Haaren, man könne ein Dauergespräch über solche Themen führen. „Und in vielen Teilen der Welt ist Botox eben auch nicht mehr bemerkenswerter, als die Haare zu tönen.“

Das Versprechen von einst hat sich also bewahrt: Die Falten lassen sich wirklich in der Mittagspause wegspritzen. Das ist, abgesehen von den Kosten, nicht aufwendiger als ein Besuch beim Friseur. Botox ist ein Geschenk für

Menschen, die von einem gewissen Alter an früher einfach verschwunden wären.

Seinen Preis hat all das trotzdem. Da es so einfach ist, fällt es immer schwerer, selbst nicht mitzumachen. Und man betrachtet das straffe Gesicht eines nicht mehr ganz jungen Menschen nicht mehr als die Abweichung von der Norm. „Man darf heute zwar älter werden“, sagt Paula-Irene Villa Braslavsky. „Aber man darf nicht mehr alt sein.“ Graue Haare seien positiv konnotiert, der Körper aber habe auszusehen wie der einer Zwanzigjährigen. „Jugendlich, straff, glatt. Das Körperideal ähnelt dem einer Marmorstatue. Es ist skulptural, bearbeitet, bewusst gestaltet.“ Auch die „Real Housewives“ und einige Frauen auf Instagram muten an wie Statuen. „Botox ist dafür das Mittel der Wahl, obwohl es nicht ursächlich schuld ist an diesem Ideal.“

Es ist schon ironisch: Ausgerechnet ein muskellähmendes Mittel hilft dabei, sich in der Leistungsgesellschaft weiter optimiert und wettbewerbsfähig zu fühlen. „Wir haben heute das Idealbild einer völlig beherrschten Körperlichkeit“, sagt Villa Braslavsky. „Da soll nichts von allein fließen, nichts tropfen, nichts hängen.“

Gibt es einen Ausweg? Dafür immerhin hat der Mediziner Steven Harris aus London doch hinreichend Vertrauen in seinen Berufsstand: „Wir menschlichen Wesen streben eben nach Schönheit. Das ist Teil unserer Evolution.“ Auch so haben wir uns über die Jahrtausende gerettet. Und nun gebe es eben Techniken, um Jugendlichkeit, eines der wichtigsten Merkmale von Schönheit, zu konservieren. „Aber diese Techniken stecken noch in den Kinderschuhen“, sagt Harris. Das Beispiel Botox zeigt es. „Der aktuelle exzessive Umgang ist nicht aufrechtzuerhalten, das wird sich früher oder später zeigen.“

„WAS HEISST SCHON VEGAN? EIN AUTOREIFEN IST AUCH VEGAN“

Die Apothekerin Christina Kraus glaubte früher als viele andere an Naturkosmetik. Ein Gespräch über die Entscheidung, im Internet zu verkaufen, die Zukunft von pflanzlichem Haarfärbemittel fernab von Henna – und darüber, was die Haut glücklich macht.

billig und war vor allem bekannt für seine Rabattschlachten. Viele Firmen haben zu dieser Zeit nicht ans Internet geglaubt, und sie waren auch nicht begeistert von der Idee, dass ihre Produkte in einer Apotheke zusammen mit Arzneimitteln verkauft werden. Also musste ich mich entscheiden. Es hat mir aber von der ersten Stunde an so viel Spaß gemacht, dass klar war, dass ich diesen Weg weitergehen möchte. Und so suchte ich mir eine eigene Ladenfläche, die ich gleichzeitig als Lager nutzen konnte.

Sie kommen ursprünglich aus Schweden, können uns Deutsche also mit etwas Distanz betrachten. Wo ist man im Hinblick auf Naturkosmetik schon weiter, als wir es sind?

Tatsächlich in Skandinavien und auch in Großbritannien. Vor allem die Clean-Classic-Ästhetik der Skandinavier passt gut zu deutschen Frauen und entspricht auch meiner Vorstellung von Ästhetik. Ich bin damit aufgewachsen, und Design ist mir neben dem Inhalt auch wichtig. Die Verpackung muss umweltfreundlich sein, sie muss sich schön anfühlen und gut aussehen.

Jedes Jahr drängen etliche weitere Naturkosmetik-Unternehmen auf den Markt. Worauf achten Sie? Zuerst frage ich mich natürlich, wo wir Bedarf haben. Zur Zeit habe ich zu wenig Marken für Haarfärbemittel, dafür sechs verschiedene Brands für Nagellack. Dann schaue ich mir aber sofort die Inhaltsstoffe an, um zu entscheiden, ob eine Marke überhaupt infrage kommt. Oft heißt es vegan, aber das entspricht nicht meinen Vorstellungen von natürlicher Kosmetik. Was heißt das schon, vegan? Ein Autoreifen ist auch vegan.

Gibt es Produkte, die man nicht zu 100 Prozent auf natürlicher Basis produzieren kann?

Es ist schwierig, Düfte zu finden, die zu 100 Prozent auf natürlicher Basis produziert sind. Wir haben einige wenige, aber auch viele, die nur zu 85 Prozent auf natürlichen Inhaltsstoffen beruhen. Wir erklären aber, warum man für die Produktion eines Dufts ein synthetisches Molekül braucht. Auch bei Nagellacken geht es nicht ganz ohne Lösungsmittel.

Gibt es wirklich Kundinnen, die ein Parfum online kaufen, das sie nicht kennen? Oder eine Gesichtscrème? Muss man so etwas nicht riechen und fühlen?

Tatsächlich finden sehr viele Erstkäufe im Laden statt. Daher haben wir Ende August unseren Onlineshop komplett umgestellt, und man kann jetzt von nahezu jedem Produkt, das wir führen, eine Probe zugeschickt bekommen. Das ist natürlich unter Nachhaltigkeitsaspekten ein bisschen zwiespältig, wenn man an die Einwegplastikverpackung denkt. Andersherum ist das Hin- und Herschicken auch nicht gut für die Umwelt.

Gibt es Bestseller-Produkte?

Definitiv. Das Serum von The Organic Pharmacy von der ersten Stunde an zum Beispiel. Von Susanne Kaufmann laufen Körperbutter und Augencremes hervorragend.

Frau Kraus, Sie sind eigentlich Apothekerin. Heute führen Sie einen Onlineshop für Naturkosmetik. Wie kamen Sie auf diese Idee?

Mein Mann und ich sind beide Apotheker und haben Greenglam 2008 in Augsburg gemeinsam gegründet. Damals kamen die Billigapotheken auf den Markt, die mit starken Rabatten und Reduzierungen gearbeitet haben, und es war schnell klar, dass man sich dem Preisdruck beugt und mitmacht oder etwas anderes aufzieht, um sich zu unterscheiden. Da für uns Arzneimittel kein Produkt sind, das man verscherbelt, kam uns die Idee einer grünen Apotheke. Mein Mann und ich haben beide in Arznei-Pflanzenkunde promoviert. So haben wir in unserer Apotheke in einer Ecke mit Homöopathie und drei Bio-Beauty-Brands angefangen.

Heute ist daraus ein ganzes Sortiment entstanden. Als es immer mehr wurde, hat mein Mann ein bisschen Angst bekommen, wer das alles in Augsburg kaufen soll. Da kam er auf die Idee, dass wir mit diesen Produkten online gehen. Aber auch das war nicht so leicht. Wir hatten anfangs Probleme, unsere Wunschmarken zu bekommen. Damals galt das Internet noch als



„Zu Hause bin ich die Beauty-Tussi“: Greenglam-Gründerin Christina Kraus und ihr Geschäft in Augsburg, das sie neben dem Onlineshop führt.

Fotos Verena Müller



Seit der Pandemie verkaufen wir auch sehr gut Nagellacke.

Testen Sie die Produkte, bevor Sie sie listen?

Wir testen die meisten Produkte 28 Tage lang auf ihre Wirksamkeit. Das gilt natürlich nicht für Nagellacke. Wir achten aber schon darauf, dass die richtige Person im Team das Produkt testet. Wenn es zum Beispiel um ein Produkt für gelocktes Haar geht, bekommt das die Kollegin, die auch die entsprechenden Haare hat.

Im Moment sind Gesichts- und Körperöle sehr angesagt. Können Sie den Trend erklären?

Man kann das ganz gut an meiner Person erklären. Ich habe eine latente Rosacea.

Chronische Hautrötungen...

Bei herkömmlichen Cremes hatte ich immer das Gefühl, dass sich alles auf mein Gesicht legt und quasi einen Stau verursacht. In Ölen gibt es so gut wie keine Emulgatoren, und je weniger von diesen Emulgatoren enthalten ist, umso glücklicher ist die Haut.

Was ist sonst noch besonders gefragt?

Nail-Art ist ein großer Trend, übrigens nicht nur bei jungen Frauen. Die Nägel sind zur Zeit entweder sehr bunt oder sehr natürlich. Und durch Zoom setzen viele Frauen auf natürliches Make-up und knallrote Lippen.

Das Bewusstsein für mehr Nachhaltigkeit im Leben wächst Jahr für Jahr. Stellen Sie auch bei Ihren Kunden ein Umdenken fest?

Definitiv. Interessanterweise tritt meistens ein Wendepunkt ein, wenn Frauen schwanger werden. Dann wollen sie sich immer noch die Nägel lackieren, aber dabei weniger Giftstoffe auftragen. Im nächsten Schritt kommt dann die Erkenntnis, dass sie auch bei Gesichtscrème und Bodylotion etwas anderes brauchen. Wir spüren in letzter Zeit auch ein verändertes Verhalten, was die Verpackung angeht. Susanne Kaufmann etwa hat von Beginn an auf Glasverpackungen gesetzt, was anfangs unglaublich schwierig war im Verkauf, weil jeder sich gefürchtet hat, dass das Glas im Badezimmer auf den Boden fällt. Mittlerweile ist das überhaupt kein Problem mehr. Genauso wie immer mehr unserer Kunden ein Seifenstück einem herkömmlichen Duschgel vorziehen.

Haben Sie jemals den Schritt bereut, nicht mehr als Apothekerin zu arbeiten?

Zu Hause ist unser Running Gag, dass ich nur die Beauty-Tussi bin. Nein, im Gegenteil. Ich kann so viel von meinem Hintergrund und von dem, was ich gelernt habe, mitnehmen, und es ist so viel kreativer und spannender. Als Apotheker kann man heute nicht mehr so viel beraten wie früher und ist sehr an die Verträge mit den Krankenkassen gebunden. Wir haben hier im Laden so unglaublich schöne Kundenkontakte. Das liebe ich. Deshalb war es mir auch so wichtig, dass wir parallel zu unserem Online-Business ein Geschäft haben. Das gibt unserem Business ein Herz.

Was halten Sie von der These, dass Naturkosmetik zwar gut für die Haut ist, aber keinen Anti-Aging-Effekt hat?

Da kann ich als Apothekerin nur schmunzeln. Das am meisten eingesetzte Mittel gegen Brustkrebs wird aus einer Pflanze gewonnen. Es zeigt: Pflanzen sind supereffektiv. Ich habe meine Doktorarbeit über pflanzliche Inhaltsstoffe und deren Wirkung geschrieben. Nehmen Sie Anthocyanidine, das sind Pflanzenfarbstoffe, die gegen Sonnenstrahlen schützen und als Anti-Aging-Mittel eingesetzt werden.

Und Alkohol in natürlicher Kosmetik?

Diese Frage hören wir oft. Der Vorteil von Alkohol ist, dass er sofort verdunstet und

konserviert. Ganz ohne Alkohol geht es auch nicht bei Naturkosmetik, weil sich sonst Bakterien einschleichen. Es gibt ja auch verschiedene Arten, Alkohol herzustellen. Für mich ist es eher eine Frage der Dosierung. Ethanol in kleinen Mengen sehe ich nicht als Problem, aber in großen Mengen trocknet es die Haut aus, wie wir alle mit dem häufigen Desinfizieren der Hände in der Pandemie festgestellt haben.

Ihre Meinung zu der Theorie, dass es keine verschiedenen Hauttypen gibt?

Sagen wir mal so: Es gibt verschiedene Hautzustände. Mit zunehmendem Alter etwa bekommt man eher trockene Haut. Das hängt mit dem Hormonspiegel zusammen. Luft- und Umwelteinflüsse sind ebenfalls Faktoren, die ein Hautbild bestimmen.

Wo kommt Naturkosmetik an ihre Grenzen?

Bei wasserfester Mascara. Es gibt welche, die dem Ziel nahekommen, aber das sind wirklich nur ganz wenige.

Was halten Sie von Sprays gegen Blaufilter?

Das Problem ist der Alterungseffekt, der durch den Blaufilter an Computern ausgelöst wird. Das ist ein Spray für zwischendurch nicht schlecht. Vielleicht sollten wir aber einfach mal damit anfangen, unsere technischen Geräte ab und zu beiseitezulegen.

Kann man auf natürliche Art Haare färben?

Im Moment ist das noch nicht so einfach. In England gibt es die ersten Marken, die mit Johannisbeere arbeiten und nicht mit Henna. Das hat den Vorteil, dass man andere Farben entwickeln kann, die nicht so ins Rotstichige gehen wie bei Henna. Wir haben gerade eine schöne deutsche Marke gefunden, Noelie. Das sind Naturfarben auf höchstem Niveau. Diese Farben sind purer Luxus und haben nichts mit Öko zu tun.

Welches Pflegeritual ist unerlässlich?

Sich gut abzuschminken und das Gesicht gut zu reinigen. Das wissen, glaube ich, inzwischen die Allermeisten. Ich sage gerne zu meinen Kundinnen: Machen Sie das, was Ihnen guttut. Manchmal ist weniger mehr. Auch wenn mein Mann immer sagt, das sei schlecht fürs Geschäft.

Die Fragen stellte Sabine Spieler.

Ihr Weg zur Beauty

Christina Kraus wurde 1964 in Borås geboren, einer Stadt im Süden von Schweden, östlich von Göteborg. In Uppsala studierte sie Pharmazie und wurde dort promoviert. In ihrer Doktorarbeit befasste sie sich mit samoanischen Heilpflanzen. Ihren späteren Ehemann, ebenfalls Apotheker, lernte sie 1995 während eines Forschungsprojekts an der Ludwig-Maximilians-Universität in München kennen. 1997 zog sie zu ihm nach Deutschland, gemeinsam gründeten sie zwei Apotheken in Augsburg. 2008 folgte mit Greenglam der Schritt ins Beauty-Geschäft. Zum Laden in der Augsburger Innenstadt existiert seitdem der gleichnamige Onlineshop.

BHS

Der Ring



HOFACKER
www.goldschmiede-hofacker.de/bhs

BETTELUX SHAPE

Das ostwestfälische Familienunternehmen Bette stellt schon seit 1952 Badelemente aus Stahl her. Genauer: aus glasiertem Titan-Stahl, der besonders leicht und widerstandsfähig ist. Ihn setzt auch der Designer Dominik Tesseraux aus Potsdam für seine Kollektion ein. Der natürliche Werkstoff bildet dabei den Rahmen, der aber nicht nur Badewanne und Waschtisch trägt. Auch ein Standspiegel, Hocker und/oder Beistelltisch sowie Regalauflagen gehören zu dem neuen Programm.



EDIT →

Highmacs ist ein Werkstoff, der aus Acryl, Mineralien und natürlichen Pigmenten besteht und von LG Hausys entwickelt wurde und auch gefertigt wird. Er lässt sich beliebig formen und einsetzen, wie das kleine Handwaschbecken und das Regal von Marike Andeweg und ihrem Amsterdamer Label Nor Only White zeigen. Seine Oberfläche ist glatt und langlebig, das Regal gibt es in vier Größen mit zwei Tiefen und auch in vielen leuchtenden Farben.



← **COSE**

Zeug – so lautet die Übersetzung des italienischen Worts, mit dem der Antwerpener Bertrand Lejoly seine neue Kollektion bezeichnet. Vor allem die Dosen und Schalen aus Porzellan lassen sich nicht nur im Bad einsetzen, sondern auch in Küche und Esszimmer, etwa um Oliven und Nüsse zum Aperitif zu servieren oder Marmelade zum Frühstück. Die Objekte sind innen glasiert und außen matt gehalten. Zwei Farben hat die belgische Marke Serax im Programm: Off-White und Steinkohle.

AM BAD GEDREHT

Von Peter-Philipp Schmitt

Designer erobern mit ihren Ideen und Entwürfen nun auch endlich den letzten Raum im Haus, den sie viel zu lange vernachlässigt hatten.



← **FRAME**

Das japanische Designstudio Nendo hat einen einfachen Stahlrahmen in L-Form entworfen, der Handtuchhalter sein, aber auch zu einem Regal werden kann. Die Metallstruktur gibt es in verschiedenen Größen, und sie lässt sich durch kleine runde oder große elliptische Spiegel ergänzen, die dann sogar frei im Raum stehen können. Für Nendo, im Jahr 2002 von dem in Kanada geborenen Designer Ōki Satō in Tokio gegründet, ist es schon die dritte Arbeit, die das junge Shanghaier Unternehmen Stellar Works produziert.

← **LIMÓN**

Der Griff des Wasserhahns erinnert an eine Zitronenscheibe. So erklärt sich auch der Name der von Patricia Urquiola gestalteten Armatur. Die gebürtige Spanierin, die schon lange in Mailand lebt, wollte zwei geometrische Formen, einen zylindrischen Körper und dessen scheibchenförmigen Querschnitt, zu einem anmutigen Ganzen verschmelzen. Agape bietet die Armatur auch für Dusche, Wanne und Küche sowie in unterschiedlichen Oberflächen und Farben an.



← **APOLLO**

Licht und Wasser verbindet der italienische Designer Brian Sironi in seiner Kollektion für die Marke Antonioliupi. Das hybride Objekt, Leuchte und Duschkopf in einem, besteht aus Messing. Sobald das Wasser aufgedreht wird, beginnen die LED zu leuchten, und sie leuchten auch noch zwei Minuten länger, als das Wasser läuft. Der Hersteller bietet die unterschiedlich geformten Rohrelemente matt lackiert in Weiß und Schwarz sowie in verschiedenen Farben an.

BIVIO →

Der Fuß aus Marmor, entweder Carrara oder Nero Marquina, gibt dem Handtuch- und/oder Toilettenpapierhalter die nötige Standfestigkeit. In dem steinernen Würfel steckt eine Metallstruktur, die 65 oder 80 Zentimeter hoch sein kann. Entwickelt wurde das skulpturale Objekt von den hauseigenen Designern der italienischen Marke Antonioliupi, die 1950 unweit von Florenz von Antonio Lupi gegründet wurde. Art-Direktor heute ist einer seiner Söhne, Andrea Lupi.



FOTOS UNTERNEHMEN

AXOR STARCK →

Fast jede Marke ist stolz, wenn sie sich mit seinem Namen schmücken darf. Denn Philippe Starck ist einer der bekanntesten und vielseitigsten Designer der Welt. Für die deutsche Marke Axor, 1993 gegründet und Teil der Hansgrohe Group, hat er vor fast 30 Jahren die erste Kollektion überhaupt gestaltet. Viele sollten folgen. So gestaltete der 72 Jahre alte Franzose diesen Zahnputzbecher aus Chrom, der an einem Haken hängt, und die dazugehörige Seifenschale.



↓ **SAILING**

Auch diese Armaturengriffe sollen an eine bekannte Form erinnern – an Bootsklampen, die in der Seefahrt zum Befestigen des Tauwerks dienen. Das Designer-Duo Yabu Pushelberg (George Yabu und Glenn Pushelberg) aus Toronto und New York hat sich dabei von der Heimat des Familienunternehmens inspirieren lassen, das die Kollektion produziert: Der Firmensitz von Fantini liegt am Ortasec in der norditalienischen Region Piemont. Das Produkt ist in mattem Dunkelgrau, in Schwarz und einem Goldton erhältlich.



STONE →

Bei einem Spaziergang auf der Halbinsel Snæfellsnes an der Westküste von Island fielen Designerin Helga Sigurbjarnadóttir die schönen Steine auf, die einfach überall herumlagen. Doch weil ein Stein nicht einfach nur ein Stein ist, wie sie sagt, machte sie aus ihren Funden kleine Kunstobjekte, die auch als Wandhaken genutzt werden können. Jeder Haken ist einzigartig und variiert in Form, Größe und Gewicht. Das dänische Designunternehmen Normann Copenhagen bietet sie jeweils als Doppelpack an.



← **VIPP 921**

Das dänische Unternehmen Vipp ist bekannt für seine 'Tret-Mülleimer mit Pedalen', die Firmengründer Holger Nielsen schon 1939 für seine Frau Marie und ihren Friseursalon entwickelte. Seit 2006 hat Chefdesigner Morten Bo Jensen das Programm der Marke stetig erweitert, um Stühle, Tische und Leuchten. Diese u-förmigen Regale sind 50,5 Zentimeter breit und bestehen aus pulverbeschichtetem Aluminium. Befestigt werden sie mit Daumenschrauben aus gebürstetem Edelstahl. Vipp bietet die Ablagen auch in einer knapp doppelt so breiten Version (Vipp 922) an.



← **BRACE**

Die leicht taillierten Spiegel hat die Berlinerin Martha Schwindling für Schönbuch gestaltet. Die Leisten an den Seiten, die aus Massivholz bestehen, sind nicht nur Dekoration. Sie sind auch als Griffe gedacht und weisen damit auch auf eine – wenn auch nicht alltägliche – Funktion hin. Denn Spiegel werden nur selten ab-, auf- und umgehängt. Zwei Größen (40 mal 60 und 50 mal 100 Zentimeter) sind möglich, die Seitenelemente können auch in Eichenholz natur geölt bestellt werden.



ACANTO →

Kaum ein anderer Raum wird so selten verändert wie das Bad, wenn es denn einmal eingerichtet ist. Mit dem Magnetwand-Set, das Teil einer Komplettbadserie von Geberit ist, lassen sich wenigstens die Ablagen und Fächer und mit ihnen Zahnbürste, Rasierer und Kosmetikartikel neu anordnen. Zum Set gehören zwei Boxen in unterschiedlichen Größen sowie eine Ablage aus pulverbeschichtetem Metall, mit Magnetbefestigungen und in vier Farben: Weiß, Sandgrau, Lava und Schwarz.



↑ **T5**

Ein Ring, sie zu halten, das verspricht zumindest der sehr ungewöhnliche Wandhaken der dänischen Marke Vola. Dafür wird einfach ein Zipfel des Handtuchs durch den Ring gezogen, bis es sich so festklemmt. Das Unternehmen Vola, von Verner Overgaard gegründet, ist untrennbar mit dem Namen Arne Jacobsen verbunden, der in den frühen sechziger Jahren für die Firma eine Mischbatterie entwarf, deren technische Teile sich alle in der Wand verbargen – ein damals völlig neuartiges Konzept.

RESTORE →

Ein Produkt, sagt Mika Tolvanen, sollte darüber definiert werden, wie wir es nutzen können, und nicht wie es aussieht. Seine Körbe, Schalen und Tablets für Muuto sind in jedem Fall überaus funktional und auch noch aus wiederverwerteten Plastikflaschen hergestellt. Der Finne lebt und arbeitet mit seiner Frau Julie, einer Amerikanerin, auf der Insel Lauttasaari in Helsinki und führt mit ihr gemeinsam seit 2015 das Studio Tolvanen.



Bulgari, Omnia by Mary Katrantzou,
Eau de Parfum



Laura Biagiotti, Forever,
Eau de Parfum



Louis Vuitton, Spell On You,
Eau de Parfum



Acqua di Parma, Blu Mediterraneo,
Eau de Toilette



Chanel, Paris-Édimbourg,
Eau de Toilette



Narciso Rodriguez, Musc Noir For Her,
Eau de Parfum



Creed, Viking Cologne,
Eau de Parfum



Trussardi,
Eau de Parfum



Bond No. 9, TriBeCa,
Eau de Parfum



Michael Kors, Super Gorgeous!,
Eau de Parfum Intense

Hermès, H24,
Eau de Toilette

Dior, Miss Dior,
Eau de Parfum



Lancôme, Idôle Aura, Eau de Parfum
Lumineuse



Givenchy, L'Interdit, Eau de Parfum
Rouge



FLÜCHTIG

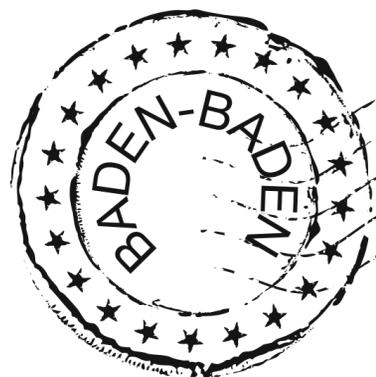
Das Fotografen-Duo *Schmott* bildet die Parfum-Neuheiten dieses Jahres so ab, wie wir Düfte oft wahrnehmen: unkonkret, dezent, schön.

Baden-Baden war im 19. Jahrhundert als Sommerhauptstadt Europas bei russischen Reisenden beliebt. Zarin Elisabeth, geborene Prinzessin Luise von Baden, folgten Schriftsteller wie Nikolai Gogol, Iwan Turgenjew und Fjodor Dostojewski hierher. Flanieren wie damals lässt es sich in der Parkanlage an der Lichtentaler Allee.



Das wohl mondänste Impfzentrum Deutschlands befand sich bis zum Sommer im Kurhaus. Hier wurde unter Kronleuchtern geimpft. Der Gebäudekomplex beherbergt auch das prunkvolle Casino, für dessen Interieur Schloss Versailles das Vorbild war. Selten lässt es sich so glamourös verlieren. Am Roulette-Tisch verzweifelte schon Dostojewski.

Grüße aus



Das heilsame Thermalwasser verhalf Baden-Baden zur Aufnahme in die Liste des UNESCO-Welterbes. Schon die Römer erholten sich hier. Davon zeugen die 2000 Jahre alten Ruinen im Bäderviertel. Standesgemäß baden in Baden-Baden kann man heute in der Caracalla Therme.



Richard Meier bezeichnete seinen Museumsentwurf als „jewel in the park“. 2001 beauftragte Frieder Burda den Architekten für den Bau des nach ihm benannten Museums für seine 1000-Werke-Sammlung. Darunter sind Arbeiten von Gerhard Richter, Max Beckmann und Jackson Pollock.

Seit dem Sommer steht die Kurstadt als eine von elf „Great Spa Towns of Europe“ auf der Liste des UNESCO-Welterbes.

Von Isabel Leonhardt

Einige neue Restaurants tragen dazu bei, dass Baden-Baden sein Image der angestaubten Kurstadt verliert. Das „Kaffehaus“ bietet Kaffeespezialitäten und Pralinen an und wird an vier Abenden in der Woche zum Casual-Fine-Dining-Restaurant „Maltes Hidden Kirchen“.



Als „Tor zum Schwarzwald“ bezeichnet sich das Wirtshaus „Geroldsauer Mühle“ außerhalb der Innenstadt. Der dazugehörige Mühlenmarkt hält viele regionale Spezialitäten bereit, natürlich auch Schwarzwälder Schinken.



Hier wäre auch Marie Antoinette auf ihre Kosten gekommen. Für den Besuch im „Café König“ machen sich sogar die Einheimischen schick. Bedient wird in der Confiterie in rosa Schürzen, der Kaffee wird auf Silbertablets gereicht.

KLARE KANTE ZEIGEN

Von Sabine Hoffmann

Lange Zeit waren hohe Wangenknochen, eine gerade Nase und große Augen ein Ausdruck von Schönheit. Die Kinnlinie ist dezenter, aber für den Gesamteindruck umso entscheidender. Auch sie lässt sich korrigieren.

Manche Erlebnisse sind von so großer Bedeutung, dass sie Spuren im Gesicht hinterlassen. Bei Katrin Wolf war es eine lebensbedrohliche Erkrankung, deren kräftezehrende Therapie sich auch in ihrem Gesicht abzeichnete. Ende 2017 erkrankte die damals 44 Jahre alte Diplom-Kauffrau aus Regensburg, die für ein Industrieunternehmen tätig ist, an Brustkrebs. „Die Diagnose stellte mein Leben auf den Kopf“, sagt Wolf, die eigentlich anders heißt. „Es war eine Zäsur und der Beginn einer unglaublich harten Lebensphase.“

Trotz Chemotherapie und Bestrahlung musste ihr Brustdrüsenewebe linksseitig komplett entfernt werden. Später wurde ihre linke Brust in einer aufwendigen Operation wieder rekonstruiert. Mit dem Ergebnis war sie mehr als zufrieden. Eine Rehabilitation brachte ihr neue Kraft. Die Prognose war gut. Wolf hatte den Krebs nach vier Jahren besiegt und empfand das als großes Glück. Sie war gesund, fühlte sich wieder gut und fit.

Doch wenn sie in den Spiegel schaute, sah sie noch immer eine müde und erschöpft wirkende Frau. Ihre Wangenpartie war erschlafft, der Übergang zwischen Gesicht und Hals nicht mehr klar definiert, die Konturen waren verschwommen. Das Gewebe in ihrem Gesicht war abgesackt, es hatten sich Hängebäckchen gebildet. Sie wirkte mitgenommen. So wollte sie nicht wahrgenommen werden: „Ich hatte das tiefe Bedürfnis, frisch und gesund auszusehen.“

Katrin Wolf suchte nach einem Weg, wieder eine klare Kontur in ihr Gesicht zu bringen und entschied sich schließlich zu einer Korrektur der Kinnlinie. In Beautykreisen ist die Kante zwischen Kinn und Ohr als Jawline bekannt. Optisch grenzt sie das Kinn vom Hals ab. Diese Kieferpartie rückt immer mehr in den Fokus der ästhetischen Chirurgie. „Lange war der Blickwinkel nur auf die Wangenpartie gerichtet, denn hohe Wangenknochen gelten als schön“, sagt Lukas Prantl, der bis vor Kurzem Präsident der Deutschen Gesellschaft der Plastischen, Rekonstruktiven und Ästhetischen Chirurgen (DGPRÄC) war sowie Direktor der Abteilung für Plastische, Ästhetische, Hand- und Wiederherstellungschirurgie am Universitätsklinikum Regensburg ist.

Der Mediziner hat beobachtet, dass der Wunsch nach einem definierten Übergang zwischen Hals und Gesicht immer größer wird. „Das liegt wohl auch daran, dass eine klare Gesichtskontur einen Menschen deutlich jünger und frischer aussehen lässt.“ Viele Models und Stars haben von Natur aus eine scharfe Kinnlinie. Nicht jeder ist mit solch einem ausdrucksstarken Look gesegnet. Genetisch bedingt fällt die Kinnlinie mehr oder weniger definiert aus. Zudem kann eine altersbedingte Erschlaffung des Gewebes in der unteren Gesichtshälfte zu einem Verschwimmen führen. „Spätestens von einem Alter von 40 Jahren an lässt die Spannkraft der Haut in diesem Bereich deutlich nach“, sagt der Plastische Chirurg. „Die Kinnlinie verliert ihre Klarheit und sackt, bedingt durch die Schwerkraft, nach unten.“ Während das Gesicht bei Männern dadurch oft schwammig wirkt,

verleihen Hängebäckchen Frauen einen unzufriedenen und traurigen Ausdruck.

So fühlt sich Katrin Wolf aber gar nicht. Sie kleidet sich gerne klassisch-elegant, mag gutes Essen und sagt über sich: „Ich bin eine durchschnittliche Frau mittleren Alters, die mit beiden Beinen im Leben steht. Ich will nicht wie eine jugendlich perfekte Zwanzigjährige aussehen, sondern wie eine attraktive Frau in den Vierzigern, die Freude am Leben hat.“ Das Jawline-Contouring, wie der Eingriff heißt, war für sie ein Weg, um nach der erfolgreichen Krebsbehandlung ihr äußeres Erscheinungsbild mit dem positiven inneren Lebensgefühl in Einklang zu bringen.

Auch hinter Renate Görgner, die ebenfalls anders heißt, liegt ein Schicksalsschlag. Ihr Mann starb 2018 überraschend. Bei einem kleinen Eingriff am Herzen hatte er sich mit einem Krankenhauskeim infiziert und erlitt eine tödliche Sepsis. Das Erlebnis warf die ehemalige Pharmareferentin aus der Bahn. Plötzlich war sie Witwe, fühlte sich in der gemeinsamen Wohnung alleine. „Das war sehr schwer zu verkraften“, sagt die Zweiundsiebzehnjährige. „Mein Helfer in der Not waren Süßigkeiten. Es war wie eine Sucht: Ich habe tafelfeise Schokolade in mich hineingestopft. Das hat mich getröstet.“ Innerhalb eines Jahres nahm sie 25 Kilogramm zu. „Plötzlich hatte ich einen dicken Kummerring, Hamsterbacken und fühlte mich zutiefst unwohl.“ Als eine Freundin ihr erzählte, dass eine Wohnung in ihrem Haus frei wurde, entschloss sich Renate Görgner zu einem Neuanfang und zog 2019 gut 300 Kilometer weiter nach Süddeutschland. „Ich wollte mich nicht mehr hängen lassen, sondern den Rest meines Lebens genießen.“ Mit jedem Monat ging es ihr besser, Schokolade benötigte sie immer seltener als Trost.

Diesen inneren Wandel wollte sie auch nach außen zeigen: Renate Görgner wollte wieder schlank, frisch und gut gelaunt aussehen. Im Frühjahr 2021 vereinbarte sie ein Beratungsgespräch mit dem Plastischen Chirurgen Prantl und sagte zu ihm: „Holen Sie raus, was geht!“ Der schlug ihr vor, das Bauchfett abzusaugen und ihren Kieferknochen zu akzentuieren, damit die Hängebäckchen verschwinden. Prantl erklärte ihr, dass das Jawline-Contouring bei Männern zu einem maskulineren Gesichtsausdruck führe und Frauen mehr Kontur schenke und die jugendliche Ausstrahlung des Gesichts unterstütze. In der Regel wird dazu Hyaluronsäure verwendet, aber auch Laser und Ultraschalltherapien können helfen.

Bei Görgner empfahl Prantl eine Behandlung mit Eigenfett: Mit einem kleinen Teil des Bauchfetts, das sie ohnehin absaugen lassen wollte, sollte die Kinnlinie unterspritzt werden. So wäre sie Kummerspeck und Hängebäckchen auf einen Schlag los. Und nicht nur das: „Mittlerweile steht fest, dass mit den Fettzellen biologisch aktive Stammzellen übertragen werden, die eine Verjüngung und Regeneration des Gewebes anregen können“, sagt Prantl.

Seit mehr als 20 Jahren forscht er zum Fettgewebe und nimmt Eigenfett-Transplantationen vor, in der Vergangenheit meist zu Feinkorrekturen in der Brustrekonstruktion nach Brustkrebs, nach Brustfehlbildungen oder zur Wieder-

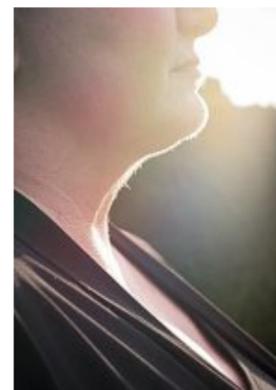
herstellung der Körperform von Gewebedefekten nach Verletzungen, Vernarbungen, Verbrennungen und angeborenen Fehlbildungen. „Seit etwa sieben Jahren boomt die Methode aber auch im ästhetischen Bereich“, sagt Prantl. Das liege zum einen daran, dass der Eingriff minimal-invasiv sei, er könne ambulant unter örtlicher Betäubung ausgeführt werden. „Zudem birgt das Eigenfett keine Gefahr bezüglich der Fremdkörperreaktion sowie Abstoßungs- oder allergischen Reaktionen.“ Die Eigenfett-Transplantation deutet aber auch auf einen neuen Trend in der ästhetischen Chirurgie hin: Kleinere Eingriffe und gesundheitlich unbedenkliche Präparate sind gefragt. Ein weiterer Vorteil der Methode: „Das Eigenfett heilt im eigenen Körper ein und bleibt dauerhaft“, sagt Prantl. „Die Wirkung von Hyaluron lässt hingegen durch die Abbaumechanismen des Körpers nach etwa sieben bis acht Monaten nach. Nach rund einem Jahr hat es sich vollständig abgebaut.“

Diese Argumente überzeugten Renate Görgner. Im Juli 2021 ließ sie den Eingriff vornehmen. Zunächst betäubte Prantl die Bauchwand seiner Patientin. Mit einer stumpfen Absaugkanüle wurde das Bauchfett gewonnen. Görgner spürte nur, wie es tief in ihr rumpelte, als der Arzt rund zwei Liter ihres Bauchfetts absaugte. Damit möglichst viele der Fettzellen und besonders Vorläuferzellen die Prozedur auch überleben, wurden diese sanft mit einem pulsierenden Wasserstrahl als Partikel aus dem Bauchfettgewebe herausgelöst. Etwa 40 Milliliter davon – etwas weniger als ein halbes Sektglas – spritzte der Chirurg anschließend auf jede Seite ihrer Kinnlinie.

„Die Eigenfett-Injektionen in der Kieferregion und am Kinn füllen den erschlafften Bereich gezielt mit Volumen auf und verleihen dem Kinn so wieder eine definierte Kontur“, sagt Prantl. Ein seltsames Druckgefühl sei das gewesen, als das Fett injiziert wurde, erinnert sich Görgner. Damit möglichst viele Fettzellen ins Gewebe einwachsen, verwendet Prantl ein spezielles Verfahren (Constrained-Energy Lapped Transform, kurz CELT), das besonders die gut einheilenden jüngeren Vorläuferzellen anreichert. „Von dem eingebrachten Fettgewebe verbleiben dauerhaft 90 Prozent, so dass kurz nach dem Eingriff und nach Abschwellung das Endergebnis zu sehen ist.“

Nach einer guten Stunde hatte es Renate Görgner geschafft. Wird nur die Jawline konturiert, dauert der Eingriff etwa 30 Minuten. Zwei Stunden später dürfen die Patienten die Klinik verlassen.

Schmerzen im Gesicht hatte Renate Görgner nicht, nur kleinere blaue Flecken rund um die Einstichstellen. Damit die Schwellungen zügig abklingen, sollte sie die behandelten Gesichtspartien in der ersten Woche nach der Behandlung kühlen, starke Sonneneinstrahlung vermeiden und mit leicht erhöhtem Oberkörper schlafen. Renate Görgner hielt sich daran. Der Heilungsprozess verlief gut. Nach einer Woche waren die Schwellungen verschwunden, ihre Hängebäckchen auch. Die Kosten für den Eingriff musste sie, so wie bei ästhetischen Behandlungen üblich, selbst übernehmen. Im Durchschnitt kostet die Unterspritzung der Jawline mit Eigenfett etwa 1000 Euro. Das war es ihr wert. Wenn sie heute in den Spiegel schaut, mag sie den Anblick. ◀



Der Schwerkraft ein Schnippchen geschlagen: Unsere Protagonistinnen nach ihren Eingriffen mit korrigierten Kinnlinien

Fotos Tobias Schmitt

Unter der Dusche sind viele Empfindungen willkommen. Die wohlige Wärme des Wassers etwa und die damit einhergehende Entspannung. Oder das Gefühl von Sauberkeit, den Schmutz nach einem anstrengenden Tag vom Körper zu waschen. Nicht unter die Dusche passt Entsetzen. Aber wenn beim Herauswaschen des Shampoos nicht nur der Schaum schwindet, sondern auch das Haar, dann dringt genau diese Empfindung in die Nasszelle.

Ich war ungefähr 17 Jahre alt, als mich dieses Gefühl überkam. Nach einer Jugend mit starkem Übergewicht begann ich langsam, den Ballast zu verlieren. Ich nahm meinen Körper allmählich anders wahr, nicht nur mit Abscheu. Ich schaute nicht immer weg. Doch den Moment unter der Dusche empfand ich, als sei ich vom Regen in die Traufe gekommen. Mir wurde klar: Meine Haare werden lichter. Ein Körperproblem wurde vom nächsten abgelöst, ein fließender Wechsel, der mich mit Entsetzen erfüllte. Gerade dachte ich noch über Frisuren nach – jetzt über Möglichkeiten, kahle Stellen zu überdecken.

Ich kann mich einer beeindruckenden Zahl zuordnen: den etwa 80 Prozent Männern, die in ihrem Leben von Haarausfall betroffen sind. Die Ursachen sind vielfältig. Die häufigste ist der durch Androgene hervorgerufene Ausfall. Die Sexualhormone führen mit wachsendem Alter zu Geheimratsecken oder einer kahlen Stelle am Scheitel. Haarausfall kann aber auch auf eine Krankheit oder auf Medikamente zurückgehen. In diesem Text soll es aber nicht um die Gründe gehen – sondern um die Folgen.

Erst als ich dazu überging, mir den gesamten Kopf zu rasieren, wurde mir klar, welche Bedeutung Haare haben. Ich sah mich selbst nun anders. Wie würden andere mich künftig sehen? Haare haben in unserer Gesellschaft eine große Bedeutung. Am richtigen Ort stehen sie für Virilität, am falschen für Ungepflegtheit. Und obwohl es so viele Männer erleben, ist Haarausfall mit einigen Empfindungen verbunden, die sie kaum artikulieren: Angst, Frustration, Scham.

ANGST

Daniel Fleges Geschichte der ausfallenden Haare gleicht meiner aufs Haar. „Mit 17 wurden sie immer dünner, mit etwa 20 hatte ich eine Halbglatze. Schließlich habe ich sie mir ganz abrasiert“, berichtet der 36 Jahre alte Marketing- und Produktmanager. Er wohnt in Köln, beim Gespräch habe ich nicht das Gefühl, dass ihm das Thema noch groß zu schaffen macht. Aber er kennt, wie ich, die Angst. Wir beide hätten Glück haben können. „Väterlicherseits haben sie alle kräftige Haare, bis ins hohe Alter. Auf der Seite meiner Mutter sieht es anders aus: Halbglatzen.“ Wir beide haben also die vermeintlich schlechten Gene bekommen.

Auch Flège erinnert sich noch gut an eine Szene, die ihm seine Situation drastisch vor Augen führte: „Ich habe meinen 18. Geburtstag gefeiert, beim Stylen war danach das ganze Waschbecken voller Haare.“ Seine Mutter habe gesagt, das müsse an seinem exzessiven Gebrauch von Haargel liegen, aber ihm sei klar geworden: „Jetzt geht es so richtig los.“ Er habe aber kaum mit anderen darüber gesprochen und versucht, es mit sich auszumachen. Mit dem Verlust der Haare kam auch eine Angst vor der Bloßstellung. Jeder Kommentar, jeder Witz konnte ihn schnell aus der Bahn werfen.

„Ich bin dazu übergegangen, selbst Witze darüber zu machen – aber das war nur ein Schutzmechanismus.“ Daniel Flège sagt, dass er immerhin das Glück habe, mit 1,95 Metern sehr groß zu sein. So schnell könne ihm niemand auf den Kopf schauen. In seinem Freiwilligen Sozialen Jahr half er in einem Kinder- und Jugendsportverein. Die Eltern saßen auf den Bänken und schauten zu, als ihre Kinder auf dem Feld Fußball spielten. „Die Drei- bis Vierjährigen haben oft versucht, mir mein Käppi vom Kopf zu klau-

en, ein kindlicher Scherz. Aber ich bin da innerlich immer in mich zusammengefallen.“

Einige Männer kämten sich Haare über die kahlen Stellen. Lassen sie an einer Stelle ganz lang wachsen, um eine andere zu verdecken. Die Halbglatze mit drei übergekämmten Strähnen ist ein Topos des Manns, der die Haare nicht loslassen kann. Oder sie tragen Mützen und Käppis, so wie Flège. Auch ich habe eine große Sammlung an Kopfbedeckungen. Vor zehn Jahren konnte es mir noch einen ganzen Abend ruinieren, wenn eine Freundin mich fragte, ob ich denn nicht mal die Mütze abnehmen könnte. Heute trage ich sie vor allem aus pragmatischen Gründen. Ein Kopf ohne Haare wird schnell kalt – oder bekommt einen Sonnenbrand.

Die Angst war für mich vor allem am Anfang da. Als die ersten Anzeichen sichtbar wurden. Dann noch einmal, als mir klar wurde, dass ich ein Leben ohne Haare verbringen würde. Und

dem Bewusstsein entzogen, ist ein physiologischer Prozess, den wir nicht steuern können.“ Das kann Unsicherheiten hervorrufen, sogar Angst. Und manchmal schlägt sie um.

FRUSTRATION

Ich hätte so schöne Frisuren haben können. Als ich noch Haare hatte, habe ich sie vorne mit Haargel steil nach oben stehen lassen. Oder ich habe Haarspray genutzt, um meinen Pony in die Form eines „M“ zu bringen – wie das der Fast-Food-Kette. Eine Zeitlang färbte ich meine Haare schwarz, um meiner Metal-Phase Ausdruck zu verleihen. Kurzum, in den Jahren, in denen ich noch Frisuren haben konnte, hatte ich denkbar schlimme. Heute fehlt mir diese Möglichkeit des Selbstausrucks.

Es gab Zeiten, in denen ich frustriert war, wenn ich andere Männer mit vollem Haar sah. Oder Werbung für Shampoo, während ich in

NICHTS AUF DEM KOPF

Von Matthias Krienbrink

Foto Julia Zimmermann

Viele Männer leiden unter Haarausfall. Aber sie reden kaum darüber. Unser Autor sucht nach Worten für seine Gefühle.

ohne Frisuren. Es war nicht nur eine Angst an der Oberfläche, vor Oberflächlichkeiten – sie ging tiefer. Um dieser Spur zu folgen, suche ich den Psychologen Markus Thiele in seiner Privatpraxis in Berlin auf. Lederne Liege, rotgemusterter Teppich, viel Holz: Hier empfängt er vor allem Führungskräfte, Menschen in verantwortungsvollen Positionen. Menschen, die auf ihr Aussehen achten – deren öffentliche Präsenz auch davon abhängig ist.

„Die Haare schützen uns“, sagt Thiele. „Ohne sie wird die Kopfform sichtbar und damit eine Verletzbarkeit offenbar.“ Der tatsächliche Schutz vor der Nacktheit der Kopfhaut sei auch symbolisch zu betrachten: Mit den Haaren könne auch ein Gefühl der Sicherheit schwinden. Der Mann stehe nackt vor den Tatsachen des Lebens, vor dem Unkontrollierbaren. „Wir wollen das Gefühl, unser Leben im Griff zu haben“, sagt Thiele. „Der Haarausfall aber ist

einer Drogerie arbeitete und die Regale einräumte. In einer Welt, in der von Werbetafeln Männer mit vollen Haaren blicken, bleibt dieses Gefühl wohl kaum aus. Männer haben nur wenige anerkannte und geduldete Möglichkeiten zur Veränderung. Ihre Mode ist meist schlicht – es darf höchstens einmal eine frech gemusterte Socke unter dem Hosenbein hervorblitzen. Schminke steht ihnen ohne Grenzüberschreitung kaum zur Verfügung. Das Haar ist es, das in Form gebracht werden kann und Ausdruck verleiht. Viel mehr hat er nicht, der Mann.

„Ich sehe in meinem Haarausfall den ersten offensichtlichen Verfall des Körpers“, sagt Benjamin Lochmann. Auch er ist 36, der Rückgang des Haars begann bei ihm erst vor vier Jahren. Es sei eine beruflich stressige Zeit gewesen. Lochmann glaubt, dass der Ausfall damit zu tun haben könnte. „Ich habe ein Haarloch hinten am Kopf. Zuerst hat das meine Mutter bemerkt.“ In

seiner Familie hätten sie alle volle Haare – das endet nun mit ihm. Lochmann beschreibt sein Problem mit der kahlen Stelle als Eitelkeit. „Ich will da einfach Haare haben.“ Darum hat er schon alle möglichen Mittel versucht.

Minoxidil ist das üblichste. Es soll erblich bedingten Haarausfall bekämpfen. Eigentlich ist es ein Antihypertonikum, also ein blutdrucksenkendes Arzneimittel. Darauf reagierte er allergisch, auf seinem Kopf bildeten sich Krusten. Also mischte seine Hautärztin ihm ein Mittel zusammen, das aber keinerlei Wirkung zeigte. Schließlich zog er Tabletten in Betracht. „Aber zu den Nebenwirkungen gehört Impotenz“, sagt Lochmann. „Das fand ich zu krass.“

Es gibt unzählige Mittel auf dem Markt, die gegen Haarausfall helfen sollen. Sie helfen nicht. Lochmann sagt, dass seine Frau es nie zugeben würde, aber auch ihr würde es sicherlich gefallen, wenn er wieder volles Haar hätte. Noch wartet

und die Stoppel rauskommen. „Scham ist die Emotion, die am schwersten zu besprechen ist“, sagt Psychologe Markus Thiele. Oft stehe sie in Verbindung mit Schuld und basiere auf einer Tat, die man begangen habe. „Schuld kann man absitzen, aber die Scham dahinter bleibt oft.“

Doch Haarausfall ist nicht meine Schuld. Ich bin an vielen Dingen in meinem Leben Schuld – aber daran? Unsere Haare sind Produkte von gesellschaftlichen Normen. Nicht der Hornfaden selbst, der unser Haar bildet, sondern der Blick auf die Behaarung an unseren Körpern. Am Kopf mögen sie bitte voll sein, im Schambereich nicht. Unten ist volles Haar ungepflegt, oben ist dünnes Haar ungepflegt. Menschen wurden über Jahrhunderte öffentlich die Haare geschoren, um sie zu demütigen. „Wir alle haben eine Aura der Distanz um uns“, sagt Thiele. Diese zu durchbrechen habe etwas Übergriffiges. „Geschützt sein zu wollen wird dann nicht beachtet.“

Er fixierte sich geradezu auf die Haare anderer Menschen, verglich sie mit seinen und überlegte, was wäre, wenn dieser Verlust nicht in seiner Familie läge. //

Sögüt fixierte sich geradezu auf die Haare anderer Menschen, verglich sie mit seinen und überlegte sich, was wäre, wenn dieser Verlust nicht in seiner Familie läge. Oft war da Scham. „Ich war einmal mit meinem Vater unterwegs, als wir einen Bekannten trafen, den ich seit Jahren nicht gesehen hatte. Sein erster Satz war, dass ich ja schon mehr Haarausfall habe als mein Vater“, erzählt Sögüt. „Das macht etwas mit einem.“

AKZEPTANZ

Fatih Sögüt ist Mitte September in die Türkei geflogen, um sich Haare transplantieren zu lassen. Dabei wurden 4400 Haarwurzeln von Hinterkopf und Hals an andere Stellen des Kopfs verpflanzt. Das hat ihn 2100 Euro gekostet, er hat lange darauf gesparrt. Von seinen zwei Nebenjobs hat er jeden Monat ein bisschen was zur Seite gelegt, er arbeitet als Betreuer in einer Hauptschule und macht Nachtschichten in einem Fitnessstudio. „Ich habe so lange davon geträumt, wieder Haare zu haben!“ Das sei nun seine letzte Chance, seine Haare zurückzubekommen.

Die Prozedur hat sieben Stunden gedauert, er hat mehr als 30 Betäubungsspritzen bekommen. Zwei Wochen danach durfte er beim Schlafen seinen Kopf nicht anlehnen. Nach einem Monat kann er schon Resultate sehen, aber noch fallen ihm bei jeder Wäsche Haare aus. „Die Ärzte haben gesagt, das sei normal. Aber natürlich mache ich mir trotzdem Sorgen.“ Sögüts Hoffnung ist, dass er seine Haare wieder so stylen kann, wie er möchte – ohne Angst vor verletzenden Kommentaren.

Vergangenes Jahr überlegte auch ich, ob ich mir Haare transplantieren lassen solle. Ich entschied mich schließlich dagegen. Ich wollte die Schmerzen vermeiden, das Geld nicht ausgeben, war mir unsicher, ob ich danach wirklich wieder volles Haar hätte. Meine Entscheidung ist nicht richtiger oder falscher als die von Fatih Sögüt. Akzeptanz kann bedeuten, an einem Punkt anzukommen, an dem eine Transplantation genau richtig ist. Es ist eine aktive Entscheidung gegen die Passivität, in die der Haarausfall einen versetzt. Genauso kann Akzeptanz aber auch sein, die Unveränderbarkeit anzuerkennen und sich in ihr zurechtzufinden.

Aus meinem Gespräch mit dem Psychologen Markus Thiele sind mir zwei Sätze besonders in Erinnerung geblieben: „Ich habe schon Männer erlebt, die nicht wussten, ob sie sich die Haare überhaupt transplantieren dürfen. Sie haben ein Bild von Männlichkeit, das die Sorge um das eigene Wohlbefinden nicht mitberücksichtigt.“ Der Umgang mit Verlust ist eine lebenslange Aufgabe. Für einige Männer ist der Verlust der Haare die erste Erfahrung mit einer Art verschämter Trauer. Sie zu bewältigen erfordert Arbeit – eine Auseinandersetzung mit den eigenen Gefühlen. Die findet zu oft aber nicht statt. Warum ist das so? Wieso passt Verletzbarkeit noch immer nicht in das Selbstbild vieler Männer? Die Antwort darauf ist vermutlich noch größer als die auf den Haarverlust. ◀



er, bis der Haarausfall aufhört. Dann möchte er sich Haare transplantieren lassen. Bis dahin achtet er darauf, dass man die kahle Stelle nicht sieht. Lochmann ist Geschäftsführer eines Games-Studios, ist oft in Streams auf Twitch zu sehen. „Die Leute denken meistens, dass ich 25 bin.“

Wie wir altern, hat viel mit unserer Lebensweise zu tun, mit Ernährung, Erziehung, Sport, Stress. Einiges davon können wir verändern. Unsere Gene gehören nicht dazu. In dieser Hinsicht sind wir machtlos und schnell frustriert. Besonders, wenn alle Versuche ins Nichts laufen. Aber der eigentliche Gegner ist ein anderer.

SCHAM

Niemand wählt seinen Haarausfall – er befällt einen. Und doch ist da Scham, die Scham vor dem Nichts auf dem Kopf. Noch schlimmer ist es, wenn die Rasur schon ein paar Tage her ist

Wenn also jemand meine nicht vorhandenen Haare kommentiert, wenn eine Freundin mich bittet, meine Mütze abzunehmen, sind das solche Situationen. Die Glatze wird dann zur offensichtlichen Schwachstelle in dem Charakterpanzer, den ich mir aufgebaut habe.

Fatih Sögüt hat mit 18 Jahren seine Geheimratsecken bemerkt, zum Ende der Abiturzeit. „Ich hatte drei Jahre lang das gleiche Gel benutzt, aber plötzlich wollten die Haare nicht mehr halten“, erzählt der 25 Jahre alte Lehramtsstudent. So habe er den Haarausfall bemerkt. In seiner Familie hätten sie alle das gleiche Problem. Dennoch hatte er Hoffnung: „Meine Haare waren so richtig voll. Viele haben mir gesagt, dass ich bestimmt eine Ausnahme sein werde.“ War er nicht. Seine Freunde hätten immer wieder gesagt, dass es doch nicht so schlimm sei. „Aber ich dachte nur: Ihr könnt das leicht sagen.“

„FÜR MICH GRENZT LOTTOSPIELEN SCHON AN ABERGLAUBE“



Mit ihr macht Chemie Spaß. Die promovierte Chemikerin **Mai Thi Nguyen-Kim**, 1987 in Heppenheim an der Bergstraße geboren, wurde durch ihren Youtube-Kanal „maiLab“ (1,36 Millionen Abonnenten) bekannt. Ihr Video „Corona ist noch lange nicht vorbei“ im April 2020 war das am häufigsten geklickte deutsche Youtube-Video des Jahres. Im Oktober war die Wissenschaftsjournalistin im „Terra X“-Dreiteiler „Wunderwelt Chemie“ beim ZDF zu sehen, der auch in der Mediathek zu finden ist. Auf ZDFneo läuft ihre eigene Wissenschaftssendung „MAITHINK X – Die Show“. Ihr aktuelles Buch „Die kleinste gemeinsame Wirklichkeit“ (Droemer Knauer) ist für den Deutschen Sachbuchpreis nominiert.

Was essen Sie zum Frühstück?

Meistens trinke ich nur einen Kaffee. Ich gehe meist spät ins Bett und stehe spät auf, das schlägt sich auch auf meinen Hunger nieder.

Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?

An zu vielen Orten. Am liebsten aber in kleineren Boutiquen, in denen es ausgefallene Stücke gibt. Wenn ich etwas Spezielles brauche, etwa einen Pulli mit einem Skelett drauf, weil ich eine Sendung über Marie Curie mache, bestelle ich das allerdings schon online.

Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?

Mein Abi-Pulli. Da steht „Blzness-Class 2006“ drauf, unser Abi-Motto. Meine Schule, das Bergstraßen Gymnasium in Hemsbach, hieß damals noch Bildungszentrum, kurz Blz.

Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?

Das ist lange her. Das war wahrscheinlich eine Art Liebesbrief an meinen Mann, der damals noch mein Freund war. Es ist also wahrscheinlich zwölf Jahre her.

Welches Buch hat Sie in Ihrem Leben am meisten beeindruckt?

Die Lehrbücher über Quantenmechanik in meinem Studium. Die haben mein Gehirn zum Explodieren gebracht. Chemie ist für mich ein Schlüssel zu einer unsichtbaren Welt, der Welt der Moleküle, die wir nicht sehen können und in der sich viel Wundersames abspielt. Quantenmechanik, ein Teilgebiet der Chemie, geht noch tiefer. Sie schaut nicht auf Atome, sondern Elementarteilchen, die so klein sind, dass die Gesetze der klassischen Physik nicht zutreffen. Ein Elektron ist zum Beispiel an mehreren Orten gleichzeitig. Das muss man akzeptieren und Dinge lernen, die man sich nicht vorstellen kann.

Wie informieren Sie sich über das Weltgeschehen?

Über viele Kanäle: Ich habe Zeitungen auf Papier und digital abonniert, über Twitter und Youtube, in Mediatheken. Das Problem ist, dass jeder heute Informationen in die Welt blasen kann. Um so wichtiger ist darum redaktionelles Arbeiten. Und Kompetenz hat ihren Preis.

Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?

Menschen, die mich nicht gut kennen, interessieren sich heute für meinen Beruf. Lustigerweise war das früher der totale Gesprächskiller: Wenn ich gesagt habe, ich bin Chemikerin, sah ich Panik in den Augen. Die Leute befürchteten, ich erkläre ihnen die Quantenmechanik.

Bei welchem Film haben Sie zuletzt geweint?

Seit ich Mutter bin, komme ich nicht mehr dazu, Filme zu schauen. Der letzte, bei dem ich geweint habe, war der Animationsfilm „Coco – Lebendiger als das Leben!“ Da lag ich im Wochenbett.

Sind Sie abergläubisch?

Ich bin so wenig abergläubisch, wie man es nur sein kann. Und für mich grenzt Lottospielen schon an Aberglaube.

Worüber können Sie lachen?

Am liebsten würde ich sagen: über alles. Humor ist für mich auch eine Möglichkeit, mit Schicksalsschlägen umzugehen, sie erträglicher zu machen.

Ihre Lieblingsvornamen?

Der Name meiner Tochter, den ich hier nicht verrate. Ich mag inzwischen aber auch meine Vornamen, Mai und Thi. Mit sieben war ich noch traurig, dass ich keinen deutschen Namen hatte, ich wollte lieber Chantal heißen.

Machen Sie eine Mittagspause?

Nicht unbedingt. Ich bin sehr ausdauernd und habe lieber abends mehr Zeit für mich und die Familie.

In welchem Land würden Sie am liebsten leben?

In Deutschland!

Was fehlt nie in Ihrem Kühlschrank?

Knoblauch, wenn auch nicht unbedingt im Kühlschrank. Ein Leben ohne Knoblauch ist möglich, aber sinnlos.

Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?

Das kommt darauf an, wo ich bin. In Frankfurt ohne, auf dem Land eher mit.

Was ist Ihr größtes Talent?

Ich bin sehr stoisch. Und sehr lösungsorientiert. Wenn etwas schiefgeht, was ich nicht mehr ändern kann, konzentriere ich mich gleich auf Plan B oder C.

Was tun Sie, obwohl es unvernünftig ist?

Zu viele Klamotten kaufen und zu spät ins Bett gehen.

Welche historische Person würden Sie gerne treffen?

Den Chemiker Justus von Liebig, weil er so vielseitig war. Er hat alles Mögliche erfunden, von Düngern über Farbpigmente bis zu Babynahrung. Und er hielt Vorlesungen für Laien. Heute ist Wissenschaftskommunikation ein großes Thema, damals war es etwas Neues.

Tragen Sie Schmuck? Und eine Uhr?

Meinen Ehering. Und meine goldene Casio-Uhr.

Haben Sie einen Lieblingsduft?

Frischer Basilikum. Und Zwiebeln und Knoblauch, frisch angebraten.

Was war Ihr schönstes Ferienerlebnis?

Als ich schwanger war, sind wir noch einmal in die Vereinigten Staaten gereist. Mit Kind wird es schwieriger, dachten wir uns. Uns hatte dort noch ein Fleck gefehlt: von den Rocky Mountains durch die Wüsten bis nach Kalifornien.

Auf welchem Konzert waren Sie zuletzt?

Als ich im Juni die Leibniz-Medaille bekam, spielte ein phantastisches Duo: Eckart Runge am Cello und Jacques Ammon am Piano.

Was fehlt Ihnen zum Glück?

Die Zeit für Social Media.

Was trinken Sie zum Abendessen?

Immer nur Wasser. Und ich sage gleich dazu, damit ich nicht ganz so langweilig klinge: Ich kann keinen Alkohol trinken, weil mir das Enzym fehlt, mit dem das toxische Zwischenprodukt Acetaldehyd abgebaut wird. Das nennt man Asian Flush Syndrom. Ich finde es super und hoffe insgeheim, dass ich es auch meiner Tochter vererbt habe.

Aufgezeichnet von Peter-Philipp Schmitt.

FOTO EPA



TERATAI BY BRETZ

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

Bretz
 TRUE CHARACTERS

Poliform