



Mann ...

... siehst du gut aus

Männer achten immer mehr auf ihr Äußeres. Vor allem eine füllige Oberweite, Doppelkinn und der Speck an Bauch und Hüften schmälern das männliche Selbstbewusstsein. Um Letzteres zu stärken, scheuen Männer zunehmend weniger das Skalpell.

Der erfolgreiche Mann von heute ist schlank, sportlich und jugendlich. Hier hat sich in der Selbstwahrnehmung der männlichen Bevölkerung in den letzten Jahrzehnten einiges verändert. Dies geht auch mit einer gesünderen Lebensweise einher, wie bessere Ernährung und mehr Sport. Treten die Zeichen der Zeit jedoch allzu sichtbar in Erscheinung, scheuen sich Männer mittlerweile nicht, chirurgisch nachhelfen zu lassen. Schätzungsweise 10 bis 15 Prozent aller ästhetisch-chirurgischen Eingriffe werden derzeit bei Männern durchgeführt – Tendenz steigend.

Was ist ein schöner Mann?

Es ist einfacher, über das weibliche „schöne“ Gesicht zu sprechen als über das männliche. Im ersteren Fall haben wir eine klare Vorstellung. Mit welchen Worten beschreibt man einen gut aussehenden Mann? Die Begriffswahl ist anders als bei der Frau; „Mann“ ist gut aussehend, attraktiv, maskulin, dominant, selten spricht man vom schönen Mann.

Ursprünglich waren fast alle männlichen Patienten der ästhetischen Chirurgie Personen, die sich eine Verbesserung ihrer beruflichen Laufbahn versprochen. Wie sah nun das männliche Schönheitsideal im Lauf der jüngeren Geschichte aus? 1880 war der „ideale“ Mann dünn und eher intellektuell. Ab 1895 war das griechische Ideal en vogue: groß, breitschultrig, muskulös. Diese beiden Bilder haben bis in die 80er Jahre des vorherigen Jahrhunderts miteinander konkurriert – sozusagen Gary Cooper versus Arnold Schwarzenegger. Heutzutage ist eher

ZAHLEN UND FAKTEN

- Zukunftsforscher Oliver W. Schwarzmann prognostiziert eine Zunahme des **Herrenkosmetik-Umsatzes** von derzeit 648 auf 725 Mio. Euro bis 2010 (Studie der Future Business Group, Schorndorf).
- Im Vergleich zum Gesamtmarkt ist der **Umsatz mit Pflegeprodukten** für den Mann noch bescheiden: 6 % (IKW), 2 % (Synergie Branchenreports BioVista).
- Was die Branche jedoch begeistert, sind die Perspektiven. Trendanalysten bescheinigen der Männerkosmetik **beste Zukunftschancen**: 30,85 Mio. potenzielle Nutzer gibt es allein in Deutschland, 65 % von ihnen greifen z.B. zum After Shave.

JUNGE GESICHTSZÜGE

Was ER dafür tun kann:

- Regelmäßige Kosmetikbehandlungen und qualitativ hochwertige Gesichtspflege.
- Mimische Falten lassen sich durch Botox-Injektionen minimieren.
- Tiefe Nasolabialfalten, die auch bei Männern einen verhärmten Gesichtsausdruck vermitteln, kann man mit Hyaluronsäure ausgleichen.
- Per Fettabsaugung/Fettmodellierung an Hals und Kinn lässt sich ein Doppelkinn nivellieren.
- Mittels Nasen-, Kinn- und Augenlidkorrekturen wird versucht, einen frischen und wachen Eindruck zu vermitteln.
- Wenn die Gesichtsteile stark abgesunken sind, bietet sich die Option eines schonend durchgeführten Facelift.

der männlich-markante Typ angesagt. Unabhängig vom Körperbau zählt auch die entsprechende Körperhaltung. Das männlich-markante Gesicht ist gekennzeichnet durch eine kräftige Knochenstruktur im Bereich des Kinns und Unterkiefers, deutliche Augenbrauenwülste und eher tief liegende Augen; eine kräftig ausgebildete Kaumuskulatur scheint die Attraktivität zu erhöhen. Diese Maskulinität sollte jedoch nicht so übertrieben sein wie beim amerikanischen „Super-Hero“ aus den 40er Jahren (siehe Zeichnung); denn dies steht für zu viele männliche Sexualhormone und damit unerwünschte Persönlichkeitsmerkmale. Vielmehr gilt ein gewisser Grad an Feminisierung beim männlichen Gesicht als attraktiv und schließt eben unerwünschte Persönlichkeitsmerkmale aus, so die Perrett-Studie von 1994. Laut der Zeitschrift „Fokus“



Im Laufe der Jahrzehnte hat sich das Ideal vom schönen und gut gebauten Mann immer wieder gewandelt

(Ausgabe 43/2005) haben „Frauen Weicheier satt- und rufen das Zeitalter des kernigen Männertyps aus“.

Gravierende Unterschiede

Aber was ist nun anders beim Mann im Vergleich zur weiblichen Patientin? Was die ästhetische Chirurgie angeht, scheinen die verschiedenen Geschlechter von verschiedenen Planeten abzustammen. Männer sind problematischer zu operieren, leichter zufriedener zu stellen, weniger zur Mitarbeit bereit und scheinen häufiger Komplikationen zu haben. Die Beratung eines männlichen Patienten ist meiner Meinung nach einfacher: Ein Mann möchte gewisse technische Details erfahren und über Risiken und Komplikationen korrekt aufgeklärt werden. Danach trifft er seine Entscheidung relativ zeitnah.

Die physischen Gegebenheiten beim Mann stellen in der ästhetischen Chirurgie eine größere Herausforderung dar als bei Frauen: Die männliche Gesichtshaut ist normalerweise dick und stark durchblutet; Farbunterschiede durch Sonnenschäden oder erweiterte Äderchen – vor allem im Wangenbereich – sind stärker ausgeprägt als bei Frauen. Typisch männliche Probleme, wie ein zurückgehender Haaransatz, dünnes Haar oder Haarlosigkeit machen es schwierig, ein natürliches Ergebnis zu erzielen; Narben lassen sich weniger gut durch eine entsprechende Frisur oder Make-up kaschieren. Ein stark vernetztes Bindegewebe macht eine Fettabsaugung am Hals schwierig.

Ferner tolerieren und akzeptieren Männer Stress (intraoperativ) und

Veränderung weniger als Frauen, was die Patientenführung schwieriger macht. Frauen haben beispielsweise keine Probleme damit, regelmäßig in die Sprechstunde zu kommen. Frauen wachsen damit auf, sich durch neue Frisuren, Haarfarbe, Mode, Make-up zu verändern; Männer tun sich da unter Umständen schwerer. Die Rekonvaleszenz-Zeit mit ihren Unannehmlichkeiten und Symptomen wird von Männern schlecht akzeptiert. Im Gegensatz zu Frauen wissen Männer nicht, dass man mit Make-up kleine Blutergüsse kaschieren kann. Meist schämen sie sich, derlei Produkte zu kaufen, geschweige denn, sich beraten zu lassen. Deshalb sollte man all diese Dinge präoperativ ansprechen und am besten dokumentieren; meist werden sie erst dann verstanden. Wird bereits vor der Operation das zum Hauttyp passende Make-up ausgewählt, ist der Patient sicher bestens vorbereitet.

Die Motivation für einen ästhetischen Eingriff ist meist auch anders als bei Frauen. Während Frauen schöner werden wollen, wollen Männer jünger wirken. Jugendlichkeit wird in Verbindung gesetzt mit Erfolg: Erfolg im beruflichen wie im privaten Sinne – also bei der Partnerwahl. Männliche Patienten sind daran interessiert, jugendliche Form und jugendliche Proportionen sowie markante Konturen wiederzuerlangen.

Dr. Dr. med. Susanne Herrmann, Fachärztin für Mund-, Kiefer-, Gesichtschirurgie, plastische Operationen, Stuttgart-Bohnang, www.klink-herrmann.de

KURZ NOTIERT

Zu wenig OP-Erfahrung

Kleiner soll sie werden, gerade soll sie sein – die Rede ist von der Nase. Keine andere Schönheitsoperation wird derzeit so akzeptiert wie die Nasenkorrektur. Doch sehr viele Ärzte sind weder mit den richtigen Methoden noch der korrekten Ausführung einer Nasenoperation vertraut. Das mache die große Anzahl der Nachbehandlungen aufgrund falsch ausgeführter Nasenoperationen deutlich, so die Deutsche Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie (DGÄPC). Deshalb sei es ratsam, sich vor der Operation davon zu überzeugen, dass der Operateur neben einer sehr guten ärztlichen Ausbildung auch erfahren in Nasenkorrekturen ist. Ein erfahrener Chirurg wähle beispielsweise i.d.R. eine schonende Operationsmethode, bei der durch die Nasenlöcher operiert wird. Schlägt der Arzt einen Eingriff über einen Schnitt am Nasensteg vor, sei Vorsicht geboten.

www.dgaepc.de

Brustverkleinerung im Kommen

Immer öfter lassen sich Männer die Brust operieren. Dabei steht vor allem die Brustverkleinerung im Vordergrund. Während die Krankenkassen die Kosten (bis zu 3.000 Euro) für die Entfernung üppiger Brustfettpolster „Lipomastie“ nicht übernehmen, zahlen die Versicherungen bei der so genannten Gynäkomastie – dem hormonell bedingten Wachstum des Brustdrüsengewebes. al



TV-Boom vorbei

Das Interesse von TV-Sendern an Shows über Schönheitsoperationen ist nach Einschätzung der Vereinigung der Deutschen Plastischen Chirurgen (VDPC) stark rückläufig. Anscheinend haben die Einschaltquoten nicht die erhofften Höhen erreicht, so der Vorsitzende Rolf Rüdiger Olbrisch. Auch habe die Werbewirtschaft nicht in dem gewünschten Maße mitgezogen, so dass die Verantwortlichen keine neuen Produktionen planen.

www.2.netdoktor.de