

Thomas Tuma Düsseldorf

Darius Alamouti

## „Aus einem Toaster wird kein Ferrari“

Der „Schönheits-Doc“ setzt auf die stark wachsende Zielgruppe der Männer. Die kommen gerade in Corona-Zeiten in seine Bochumer Praxis – auch wenn er nicht alle Wünsche erfüllen kann.

**G**erade war wieder einer da: Geschäftsmann aus Stuttgart. Er hatte sich vorher alles notiert: Kinn straffen, Lider glätten, noch ein bisschen Filler hier und da. Fertig ist der etwas andere Samierungsjob. Nach zwei Stunden war er wieder auf dem Heimweg.

„Die Männer sind auch beim Thema Optik heute gut informiert. Wenn die hier in unsere Klinik kommen, wissen sie genau, was sie wollen“, sagt Darius Alamouti, der nichts dagegen hat, wenn man ihn „Schönheits-Doc“ nennt. Ist auch einprägsamer als Facharzt für Dermatologie und Venerologie.

Männer – und also auch Manager vom Betriebsrat bis zum Konzernchef – sind die am stärksten wachsende Zielgruppe nicht nur in Alamoutis, privatärztlichem Zentrum für ästhetische Medizin in direkter Nachbarschaft des Bochumer Hauptbahnhofs. Vor einem Jahr ist er hierhergezogen und hat den denkmalgeschützten Backsteinbau so aufgebühst wie manchen Männerbauch oder Frauenpo.

Vorher praktizierte er lange in den nachbarten Herne, was unter ästhetischen Gesichtspunkten auch nicht glamouröser war. Aber darum geht es ja auch nicht. Wichtig ist: Allein im Umkreis einer Autostunde leben zehn Millionen Menschen.

Alamoutis Praxis liegt deshalb extrem verkehrsgünstig. Es gibt genug Parkplätze, man kommt schnell rein und schnell wieder raus. Und man bleibt ungestört, was nicht nur für seine Promi-Patienten aus Politik, Film und Wirtschaft entscheidend ist, weil in Deutschland zwar viele an sich herumpolieren, aber niemand es zugeben will.

In Herne hatte er noch einen Luxusstrahl mit stationären Betten, die aber kaum jemand nutzte. Bloß nicht zu lange in der Klinik bleiben, das könnte ja Kollegen auffallen. Alamouti lächelt jetzt sehr milde. „Die meisten verraten es nicht mal dem eigenen Partner und achten selbst bei der Bezahlung darauf, dass er oder sie nichts davon mitbekommt.“ Alamouti bedient ein Tabuthema. Aber ein äußerst lukratives.

### Der Fluch des Homeoffice

Bochum bedeutete für ihn im Vergleich zu Herne eine Verdreifachung seiner Praxisgröße. 1000 Quadratmeter im Dienste des guten Aussehens: vier OP-Säle, sechs Räume für kleinere Eingriffe, Physiotherapeuten, ein Gerätepark von der Kälte- oder Unterdruckkammer bis zur Haartransplantationsmaschine. Vieles davon kostet schnell mal sechsstelligen Summen. 30 Kunden täglich werden hier versorgt.

Neben Alamouti arbeitet in der Klinik ein halbes Dutzend Fachärzte, die mit der Spezialisierung auf Nasenkorrekturen, Haartransplantationen oder Gefäßchirurgie ein Vielfaches normaler deutscher Chefärzte verdienen dürfen – unterstützt von Schwestern und Arzthelferinnen. Das Geschäft brummt. Global gesehen ist ästhetische Chirurgie ein Multi-Milliarden-Business geworden.

Und Alamouti rechnet nicht trotz, sondern eher wegen Corona dieses Jahr mit einem 20- bis 30-prozentigen Umsatzplus. Der Grund: „Das Homeoffice fordert seinen Tribut“, sagt der Arzt. „Einerseits wird nun bei allen Videokonferenzen natürlich genau geschaut, wer gerade wie aussieht. Andererseits werden die Leute zu Hause vorm Bildschirm schlicht und einfach dick.“

So viel Sport könne man gar nicht machen, um sich den Corona-Bauch



len, prophezeit von Heimburg. Der „Wunsch nach einem perfekten Körper“ sei mittlerweile auch bei den Männern zu beobachten, was Alamouti durchaus kritisch sieht.

Es sind nicht nur die jungen, bisweilen noch nicht mal volljährigen Frauen, die sich angesichts entsprechender Instagram-Vorbilder heute von ihm extreme Veränderungen wünschen. Die schickt er alle wieder nach Hause. Auch wenn er weiß, dass sie dann eben zu einem anderen Arzt gehen, der weniger Skrupel hat, aus einem hübschen Mädchen eine Barbie-Puppe zu machen.

Seine eigenen drei Kinder sind zwischen neun und 16 Jahre alt und wachsen mit diesen Zerbildern auf. „Unsere Kinder werden mit dem Thema viel extremer umgehen als wir.“ Er wundert sich aber auch über gestandene Manager, die mit der Figur eines vollgesungenen Badeschwamms bei ihm erscheinen und die Modellage eines Sixpacks oder die Brustmuskelloptik eines Bodybuilders von ihm verlangen. „Ich kam aus einem Toaster keinen Ferrari machen“, sagt Alamouti, der eigentlich mal Kinderchirurg werden wollte.

### Trend zur Selbstoptimierung

Als Sohn einer Polin und eines Persers wurde er einst in Breslau geboren, zog dann aber mit den Eltern nach Remscheid. Als er in den 1990er-Jahren studierte, gab es in Deutschland noch kaum Schönheits-OPs. Er sah die Chance und zog am Bochumer Universitätsklinikum eine eigene Abteilung mit auf. Die Urlaube nutzte er für Studienaufenthalte in Brasilien, der Schweiz und den USA, bevor er sich schließlich selbstständig machte.

Seither läuft's. Aber selbst Alamouti verliert derzeit an manchen Stellen. Seine frühere Klienten aus dem Show- und Eventbusiness bleiben entweder weg oder fangen an, selbst an kleinen Eingriffen zu sparen.

Es sei „eine Tragödie, wie da ganze Branchen gerade den Bach runtergehen“, klagt der Arzt. „Und das meine ich jetzt nicht nur im Hinblick auf meine Patienten. Wir vermissen inzwischen doch alle Konzerte, Festivals, Party und Premiere, oder?“

Die Stimmung habe sich verschlechtert im Land, beobachtet Alamouti im Querschnitt seiner Kundschaft. Die Leute seien genervt, manche deprimiert. „Einmal am Tag kommen hier beim Vorgespräch jemandem die Tränen.“

Da hätten seine Kollegen auch noch einiges zu lernen, findet er. Nicht nur, was Betriebswirtschaft angeht, sondern eben auch Kundenorientierung, Einfühlbarkeit. Dass nach wie vor nicht die Menschenfreundlichsten, sondern die mit den besten Noten-schnitten Medizin studieren dürfen, sieht er als schlechte Fehlallokation an.

Deshalb auch ist er gerade dabei, eine neue Gesellschaft zu gründen mit anderen Ärzten, „um die medizinische Ästhetik endlich aus der Grauzone rauszuholen“. Man müsse offen kommunizieren, aber auch Fortbildung anbieten in Theorie und Praxis. „Im Krankenhaus lernt man unseren Job nun mal nicht“, sagt der 52-Jährige, den man für zehn Jahre jünger halten könnte.

Alles glatt, die Haare dicht. Hat er vielleicht selbst schon, „was machen lassen“? Nie, lacht er. Das seien die guten Gene von Mama und Papa. Nur die Brille ist mittlerweile weg, weil er sich die Augen hat lasern lassen. Aber er hätte kein Problem, es auch zu sagen, wenn er mal Hand anlegen lassen würde. Sagt er.

wieder wegzutrainieren. Bei ihm dagegen sei man die Pfunde nach zwei Stunden wieder los. Die meisten Eingriffe finden längst minimalinvasiv statt. Das Skalpell kommt kaum noch zum Einsatz, dafür jede Menge Botox und Hyaluron. Zwei winzige Schnitten reichen Alamouti auch beim Fettabsaugen, das seine eigenen Charts anführt (bei ihm „ab 4000 Euro plus Mehrwertsteuer“, die aktuelle Senkung wird übrigens an die Kundschaft weitgereicht, verspricht die Homepage).

Es folgen die Verkleinerung schlapp gewordener Männer-Brüste, die sogenannte „Gynäkomastie“ für 1200 Euro „pro Seite“, und der „Gockelhals“, der für 2400 Euro wieder glättet wird.

Alamoutis Wachstumszahlen sind noch besser als die der Vereinigung der Deutschen Ästhetisch-Plastischen Chi-

**Darius Alamouti in seiner Praxis:** „Die medizinische Ästhetik aus der Grauzone holen.“

rurgen (VDÄPC), die in ihrer Behandlungsstatistik 2020 ein generelles Plus von 7,5 Prozent auf deutlich über 80.000 Eingriffe verzeichnet. Geradezu „rekordverdächtig“ habe sich der Anstieg der Fettabsaugungen bei Männern und Frauen entwickelt, sagt VDÄPC-Präsident Dennis von Heimburg: 60 Prozent sei es da nach oben gegangen. Ein Plus von 20 Prozent habe es auch bei den Brustvergrößerungen gegeben.

Corona verändere die Schwerpunkte: Lidstraffungen und Lippenkorrekturen erleben in Zeiten der Videokonferenzen einen Boom. Und dann die Kollegen meist über Wochen nicht sehe, lassen sich auch OP-bedingte Schwellungen oder Rötungen ohne Zeugen zügig auskurieren.

Der „Megatrend der Selbstoptimierung“ sorge für weiter steigende Zah-

Aesthetic & Skin, Darius Alamouti (2)

© Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG. Alle Rechte vorbehalten. Zum Erwerb weitergehender Rechte wenden Sie sich bitte an nutzungsrechte@handelsblattgroup.com

Dieses Dokument ist lizenziert für HANDELSBLATT MEDIA GROUP GMBH & Co. KG, UIC278381  
Alle Rechte vorbehalten. © Handelsblatt. Download vom 23.11.2020 16:16 von presse@wv.ch-handelsblatt.com

**Adressdaten**  
Dr. med. Darius Alamouti  
Aesthetic & Skin  
in der Haranni Clinic  
Schulstrasse 30  
44623 Herne

**Kommunikationsdaten**  
T. +49 2323. 9644-814  
F. +49 2323. 9468-122  
praxis@dariusalamouti.de  
www.dariusalamouti.de

**Pressekontakt**  
pr@darius-alamouti.de