

Kosmetische Dermatologie – Dermatologische Kosmetik

veröffentlicht in *Kosmetik International* 2000 (3), 114-118

In der Kombination von Kosmetik und Dermatologie eröffnen sich Chancen/Nutzen der Kunden und Patienten und der Praxen. Die kosmetische Dermatologie oder die dermatologische Kosmetik ergänzt die klassische Schulmedizin und die traditionelle Kosmetik und erweitert die Aktionsradien.

Das Angebot der Kosmetikinstitute ist durch Dienstleistung geprägt, selbst beim Verkauf von Präparaten. Zum Verkauf von Präparaten gehört eine intensive Beratung, die sich grundlegend von anderen Einkaufsorten unterscheidet. Wenn ein Institut bestehen will, muss es sich durch seine besonderen Dienstleistungen hervorheben. Dementsprechend ist es für den Geschäftserfolg wichtig, die Dienstleistung immer wieder zu optimieren.

Individuelle Angebote

Eine wichtige Basis für die Preisgestaltung einer Dienstleistung ist ihre Individualität.

Das verdeutlicht folgender Vergleich: Öffentliche Verkehrsmittel nach Fahrplan sind billig, Taxifahren ist teuer. Öffentliche Verkehrsmittel sind Massenabfertigung und bringen dem Betreiber den höchsten Gewinn, wenn die Bahnen vollbesetzt sind. Taxifahren lohnt sich dort am meisten, wo die Fahrt für den Gast mit öffentlichen Verkehrsmitteln lang und umständlich ist.

Wenn es also mit öffentlichen Verkehrsmitteln möglich ist, schnell und ohne Probleme an das Reiseziel zu gelangen, wird man diese bevorzugen. Wenn es um komplizierte Fahrten geht, wird der Fahrgast das individuelle Taxi schätzen, auch wenn es wesentlich teurer ist. Wenn Zeit und andere Umstände eine Rolle spielen, ist eine teure Taxifahrt ihren Preis wert.

Genauso läuft es im Kosmetikinstitut ab. Teure und gewinnbringende Dienstleistungen mit besonderer Individualität sind ihren Preis wert, vor allem, wenn sie mit hoher Kompetenz verbunden sind. Wichtig ist ein ganzheitlich konzipiertes Leistungsangebot, das alle Wünsche der Kunden abdeckt.

Verschiedene Berufsgruppen beschäftigen sich mit der Haut

Sieht man einmal von den Heilpraktikern und Friseuren ab, sind zwei andere große Berufsgruppen, die ebenfalls im Bereich "Haut" tätig sind, in einer ganz ähnlichen Situation: Derma-

tologen und Apotheker. Während sich Kosmetikerinnen – rechtlich gesehen – nur um die Hautpflege und die Prävention von Hautproblemen kümmern dürfen, liegt der Schwerpunkt der Dermatologen in der Behandlung von Hautkrankheiten und Hautstörungen.

Für die Apotheker ist der Verkauf von verordneten Dermatika seit je her ein wichtiges Stammgeschäft und das Angebot von Kosmetika mehr und mehr ein sehr lukrativer Nebenverdienst. Alle drei Berufsgruppen zeichnen sich durch Kompetenz und einen hohen Anteil an Beratungsleistung aus. Daher ist es für den Verbraucher schon heute sehr schwierig zu entscheiden, welche Leistung er in Anspruch nehmen soll. Fest steht: er möchte die Haut gesund erhalten und gut aussehen und er will die Lösung seines Problems möglichst aus einer Hand dafür die er auch bereit, einen entsprechenden Preis zu zahlen.

Die Übergänge sind oft fließend

Vorausschauende Kosmetikerinnen, Dermatologen und Apotheker, haben die Kundenbedürfnisse erkannt und versuchen ihre Tätigkeitsbereiche entsprechend auszuweiten. So eignen sich Kosmetikerinnen mehr und mehr dermatologische Kenntnisse an, Dermatologen befassen sich mit Kosmetik und Apotheker verstärken ihre Verkaufsberatung hinsichtlich Dermatika und Kosmetika.

Dermopharmazie, kosmetische Medizin, Cosmeceuticals sind die Schlagworte, die insbesondere auf die fließenden Übergänge zwischen Pflege, Prävention und Heilung hinweisen. Darüber hinaus werden viele Stoffe als kosmetische und dermatologische Wirkstoffe eingesetzt. Um nur zwei Beispiele zu nennen: Harnstoff ist in Zusammensetzungen gegen trockene, strapazierte Haut (Kosmetik) und in Cremes zur Behandlung der Neurodermitis (Dermatologie) enthalten. D-Panthenol unterstützt die Regeneration der Haut (Kosmetik) und beschleunigt die Wundheilung (Dermatologie).

Erweiterter Spielraum

Selbstverständlich setzt der Gesetzgeber durch Vorschriften und Gesetze Grenzen für die Aktivitäten der einzelnen Berufsgruppen, dennoch gibt es naturgemäß viele Überschneidungen zwischen Pflege, Prävention und Heilung. Zurückblickend kann festgestellt werden, dass sich der Spielraum in der Vergangenheit erweitert hat.

Man benötigt nicht allzu viel Phantasie, um vorauszusagen, dass sich vor allem der Präventionsgedanke in Zukunft beschleunigt durchsetzen wird. Denn mit einem guten kosmetischen Präparat, das die Prävention unterstützt, wird eine Heilung vielfach überflüssig, da z. B. der Ausbruch einer Neurodermitis gar nicht erst stattfindet.

Genau daran sind die Verbraucher interessiert. Daher werden sich auch die Dermatologen, die schulmedizinisch "nur" auf die Behandlung einer akuten Hautstörung ausgerichtet sind, vermehrt Gedanken darüber machen müssen, wie sie ihre "Kunden" mit präventiven kosmetischen Präparaten binden. Gleiches gilt für die Apotheker, wenn sie die präventive Kosmetik zu einem Schwerpunkt machen wollen.

Kooperationen für optimalen Kundennutzen

Folgerichtig bildet sich einerseits ein ausgeprägtes Konkurrenzdenken unter den Berufsgruppen aus, andererseits wachsen Verständnis und Sensibilität, die zur Zusammenarbeit in unterschiedlichsten Formen führt. Dermatologen, Apotheker und Kosmetikerinnen ergänzen sich hervorragend und sind in der Lage, mit ihrer medizinischen (pharmazeutischen) und kosmetischen Kompetenz einen optimalen Kundennutzen zu bieten. Voraussetzung auf allen Seiten ist eine gute Ausbildung und vor allem auch eine ständige Fortbildung. Die Kunden erhalten Beratung, Pflege und Behandlung aus einem Guss.

In Zukunft sind daher insbesondere Kosmetikerinnen mit einer soliden Grundausbildung gefragt. Quereinsteiger aus den Berufsbildern MTA, BTA, CTA mit zusätzlicher Kosmetikschule haben sehr gute Zukunftsaussichten.

Abgestimmte Präparate

Ein ganz wichtiger Bestandteil der Kooperationen ist die Abstimmung der Präparate für Behandlung, Pflege und Prävention und eine dementsprechende Beratung. So ist es z. B. mit modernen Basiscremes, die sowohl für die Defektur der Apotheke als auch für die Kosmetikinstitute verfügbar sind, möglich, sowohl

dermatologische Wirkstoffe in der Apotheke individuell zu rezeptieren, als auch ähnlich aufgebaute kosmetische Präparate im Kosmetikinstitut anzubieten. Die Präparate erfüllen alle Anforderungen an moderne Präparate für die Problemhaut, wie z. B. Freiheit von Konservierungsmitteln, Mineralölbestandteilen und Duftstoffen. Es gibt sogar emulgatorfreie Präparate, die sich insbesondere zur Behandlung von Barrierestörungen wie der Neurodermitis oder zur Pflege der Akne-Haut bestens eignen. Die Erfahrung zeigt, dass auch die beste Cremegrundlage individuell unverträglich sein kann. Daher ist es wichtig, dass es bei einer einmal getroffenen Produkt-Wahl zwischen Pflege, Prävention und Behandlung keinen Schnitt gibt. Da die Anzahl der Hautallergien derzeit immer weiter steigt, kann hier ein erheblicher Beitrag für die Beschwerdefreiheit von Allergikern geleistet werden.

Neben den rein präparativen Behandlungen in einer Gemeinschaftspraxis ist die dekorative Kosmetik ein wichtiges Bindeglied.

Ein Beispiel ist die Camouflage bei ausgedehnten Hautveränderungen, Feuermalen, Vitiligo, Narben, Altersflecken, Couperose und Besenreisern.

Besondere Leistungen

Doch eine Gemeinschaftspraxis kann noch mit weiteren Leistungen aufwarten: Lasertherapie gegen Falten, Elektroepilation, Behandlung der Hyperhidrosis (übermäßige Schweißproduktion), Creme-Massagen. Sind Kosmetikpraxis und Hautpraxis im gleichen Haus und werden im Kosmetikinstitut Leistungen nach direkter Anordnung und unter Aufsicht des Hautarztes ausgeführt, ist auch die Möglichkeit einer Abrechnung gegenüber den Krankenkassen gegeben.

Ein interessanter Weg der Akquisition ist das Angebot von (instrumentellen) Hautdiagnosen, aus denen sich Empfehlungen für dermatologische oder kosmetische Behandlungen ergeben.

Werbung und ihre Regeln

In der Außendarstellung einer Kooperation zwischen Kosmetikinstitut und Hautarztpraxis muss beachtet werden, dass der Hautarzt einem berufsrechtlichen Werbeverbot unterliegt, das kooperierende Kosmetikinstitut oder der entsprechende Teil der GmbH dagegen nicht. Wichtig ist, dass sich die Werbung auf rein kosmetische Leistungen beschränken muß. Durch die räumliche Nähe entsteht jedoch ein hohes Maß an Synergie. Präparate dürfen

allerdings nur im Kosmetikinstitut verkauft werden.

Alles in allem eröffnen sich in der Kombination von Kosmetik und Dermatologie erhebliche Chancen zum Nutzen der Kunden und Patienten sowie der Praxen. Mittlerweile gibt es auch vermehrt Gemeinschaftstagungen von Dermatologen und Kosmetikerinnen, wie z. B. die alljährliche ADK-Veranstaltung in München mit angeschlossener Industrieausstellung.

Eine Grundvoraussetzung für den gemeinsamen, durchschlagenden Erfolg von Kooperationen ist eine möglichst gleichberechtigte, partnerschaftliche Beziehung unter den Beteiligten.

Dr. Hans Lautenschläger

Sinnvolle Zusammenarbeit

Kooperationen heben sich von den traditionellen Kosmetikinstituten und Arzt-Praxen ab und erwirtschaften schon heute vergleichsweise hohe Erträge. Es ist damit zu rechnen, dass sich dieses Erfolgsrezept verstärkt durchsetzen wird, da insbesondere dermatologische Praxen und Apotheken durch die Gesundheitsreform unter sehr starken finanziellen Druck gekommen sind und für ihr Überleben nach Auswegen suchen müssen.

In der folgenden Übersicht sind zweckmäßige Kooperationsformen dargestellt.

Berufsgruppen	Kooperationsfelder	Kooperationsformen
Dermatologe Apotheker	Medizinische Behandlung von Hautkrankheiten und Hautstörungen	Herstellung individueller Präparate in der Apotheke nach Rezeptvorgabe der Hautarztpraxis; Apotheke und Hautarztpraxis meist im gleichen Haus
Dermatologe Kosmetikerin	<ul style="list-style-type: none"> - Prävention von Hautkrankheiten wie z. B. Akne, Neurodermitis, Psoriasis, Berufsdermatosen - Hautpflege nach medizinischer Behandlung - Hautdiagnose 	<ul style="list-style-type: none"> - Praxen im gleichen Haus - Kosmetikerin mit MTA-Ausbildung ist z. B. halbtags in der Hautarztpraxis und halbtags in der kosmetischen Praxis tätig - Gemeinsame GmbH - In der GmbH angestellte Kosmetikerin
Apotheker Kosmetikerin	<ul style="list-style-type: none"> - Hautpflege & Prävention - freiverkäufliche Dermatika - Hautdiagnose 	<ul style="list-style-type: none"> - Angeschlossenes Kosmetikinstitut - Angestellte mit Kosmetikausbildung