

Schwerpunkt: Die regionale Schönheitsbranche berichtet über den Einfluss der Pandemie auf ihr Geschäft

# Faltenfrei im Homeoffice

**Region** Schönheitsbehandlungen mit Botox und Co. sind erfolgreich am Markt etabliert. Wie überall hat die Pandemie auch das Geschäft mit dem jüngeren Aussehen beeinflusst, jedoch nicht überall gleich, wie drei Beispiele aus der Region zeigen.

**W**ei Zhang beherrscht die Kunst, der Zeit ein Schnippchen zu schlagen. Mit feinen Akupunkturadeln und Spritzen rückt die Fachärztin für Chirurgie den Spuren des Alterwerdens zu Leibe: Zornesfalten, Krähenfüsse oder Augenringe verschwinden unter ihren kundigen Händen oder werden zumindest abgemildert.

Trotz der Corona-Pandemie steigt die Zahl derer, die sich von ihr in Uster verjüngen lassen. Oder gerade wegen der Pandemie?

Die Behandlungen führt Zhang immer dienstags und donnerstags nahe dem Bahnhof durch. Dort betreibt die ärztliche Einrichtung Acamed eines von insgesamt fünf Medizinzentren mit Fachärzten und Therapeuten aus verschiedenen Disziplinen. Dübendorf und Maur gehören ebenfalls zum Praxisnetz. Aber nur in Uster werden zusätzlich ästhetische medizinische Verfahren angeboten – und das auch erst seit September.

«Vorab hatte ich nur mit wenigen Kunden gerechnet», sagt Zhang. Ihre Vermutung damals: Solange die Pandemie anhält, würde das Thema Schönheit ein Randphänomen bleiben und das Geld für ästhetische Behandlungen weniger locker sitzen als sonst. Sie irrte sich. «Schon vom ersten Tag an kamen Leute zu mir in die Praxis. Seither werden es immer mehr.»

**Bildschirmarbeit als Auslöser**

Wie erklärt sie sich den Zulauf in Krisenzeiten? Zhang verweist auf die eingeschränkte Mobilität. «Wir verbringen jetzt viel mehr Zeit zu Hause und betrachten uns häufiger im Spiegel als sonst.»

de Substanzen und strebt ein «natürliches Lifting» durch gezieltes Setzen der Nadeln an. «Dabei werden die Hautzellen aktiviert und die Epidermis gefestigt», sagt sie.

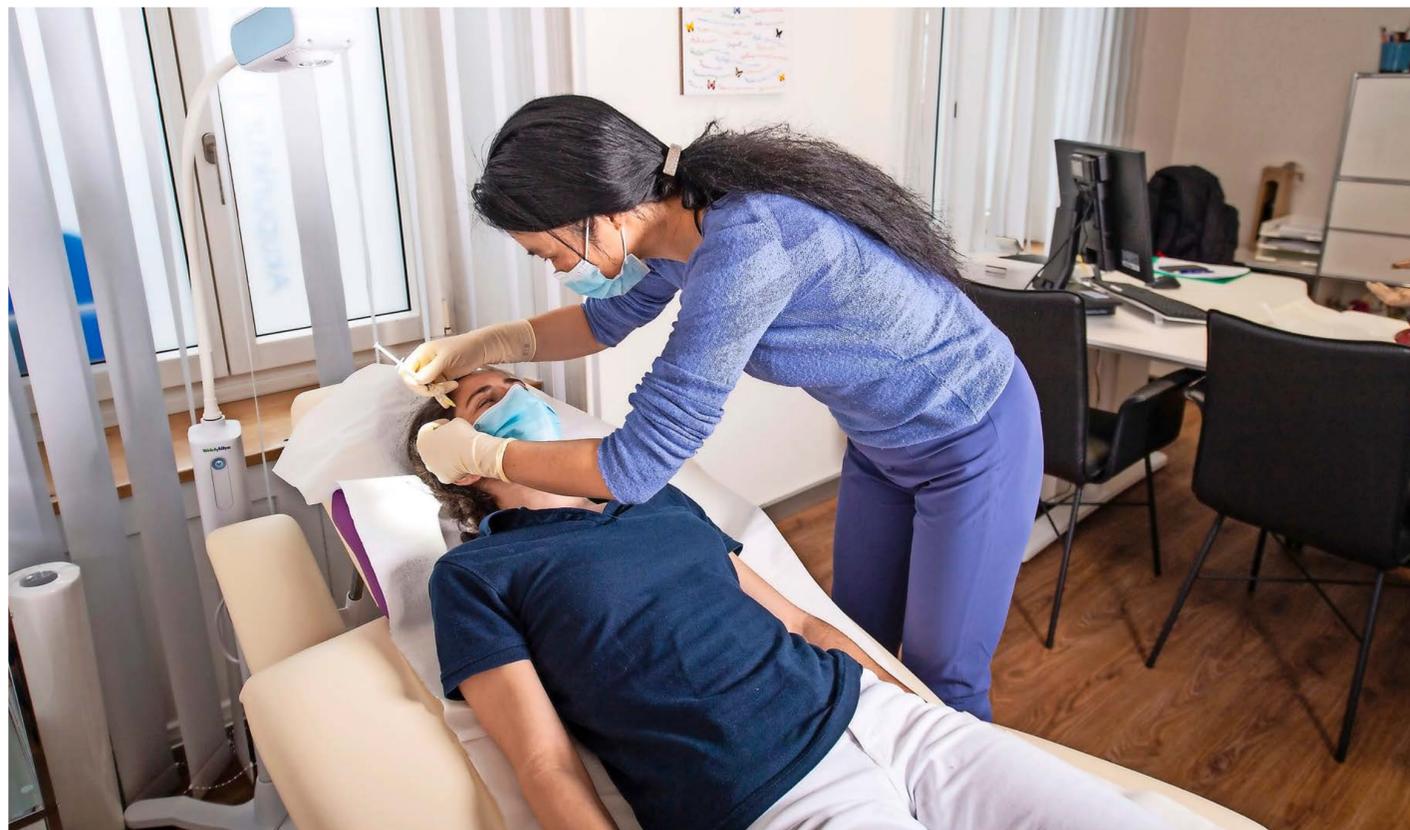
Der Wunsch, frischer und jünger auszusehen, sei nicht bloss dadurch motiviert, anderen zu gefallen. «Meine Kunden wollen vor allem etwas für sich selber tun.» In unserer «Highspeed-Gesellschaft» werde dem Einzelnen viel abverlangt. Umso wichtiger seien Auszeiten vom stressigen Alltag und Dinge, die das eigene Wohlbefinden steigern – wie etwa eine Schönheitsbehandlung.

«Jetzt, wo Ferienreisen schwierig geworden sind, bleibt dafür auch mehr Geld übrig», sagt sie.

**Kosmetikerinnen ausgebaut** Mit ihren jüngsten Erfahrungen steht Zhang nicht alleine da. Schweizweit komme die Kosmetikbranche bisher gut und stabil durch die Krise, sagt René Schätti. Er ist Geschäftsleiter der Schweizerischen Gesellschaft für medizinische Kosmetik (SGMK) mit Sitz in Baar. Sie versteht sich als Bindeglied zwischen Kosmetik und Medizin und repräsentiert neben Kosmetikerinnen auch Ärzte wie etwa Dermatologen.

«Die Mehrheit der Kosmetikerinnen hat keine grösseren Umsatzeinbußen zu beklagen, im Gegenteil: Viele sagen mir, sie seien ausgebaut.»

Diese Entwicklung führt Schätti im Wesentlichen auf Corona-bedingte Kosteneinsparungen zurück. Denn eine medizinische ästhetische Behandlung muss man sich erst einmal leisten können. Je nach Art und Umfang kann sie



Die Ustermer Ärztin Wei Zhang erlebt in der Corona-Zeit einen Kundenandrang bei ihren Schönheitsbehandlungen.

Foto: Seraina Boner

ärzten und Psychotherapeuten. «Nach meiner Einschätzung halten die Leute ihr Geld in der Krise eher zusammen», sagt er.

So verzichte der Bereich der Ästhetischen Medizin in seinem Ärztehaus einen deutlichen Rückgang der Patientenzahlen. Dieser Trend gelte aber für alle Abteilungen. «Es ist zwar noch nicht so extrem wie im Frühjahr, aber wegen der Pandemie gehen die Leute weniger zum Arzt», sagt er.

Theoretisch würde sich die aktuelle Homeoffice-Situation dazu anbieten, grössere Laserbehandlungen zum Beispiel gegen Altersfalten und Altershaut vornehmen zu lassen. «Einfach deshalb, weil man danach etwa eine Woche lang nicht gesellschaftsfähig ist.» Trotzdem seien solche Behandlungen zurzeit wenig gefragt.

Den Grund hierfür sieht Zeller in den zurzeit fehlenden Anreizen: «Warum sollte man sich für Weihnachten schön machen, wenn man gar nicht richtig feiern darf? Warum nicht die Lippen aufspritzen lassen, wenn man im Alltag ständig

mit einer Maske herumlaufen muss?»

**Moralische Einwände** Erschwerend komme hinzu, dass die meisten kosmetischen Behandlungen nicht auf kurzfristigen Entscheidungen beruhen. «Wer noch nie eine Botoxbehandlung hatte, ist beim ersten Mal erfahrungsgemäss zögerlich.» Diese Ausgangslage mache es schwer, neue Kunden zu gewinnen, zumal ärztliche Werbung im Bereich der ästhetischen Medizin streng reglementiert sei.

Und dann seien da noch die moralischen Einwände. «Erst neulich bin ich wieder von einer Patientin gefragt worden, ob ich es vertretbar finde, in der jetzigen Situation kosmetische Eingriffe vorzunehmen.»

**Unbeliebte Lüftungspausen** SGMK-Chef Schätti sieht die medizinische Kosmetik auf einem guten Kurs und verweist dazu auf die gleichbleibend hohe Zahl an Neugründungen. «Insgesamt stehen wir besser da als etwa die Gast-

ro-Branche.» Die Unsicherheiten und Existenzängste während der akuten Phase des Lockdowns im Frühjahr hätten sich nach der Wiedereröffnung weitgehend gelegt.

Den anhaltenden Trend erklärt er sich mit dem vergleichsweise jungen Alter der überwiegend weiblichen Patienten. Sie seien zwischen 30 und 60 Jahren und

gere invasive Eingriffe wie Nasenkorrekturen hätten dagegen eine lange Vorlaufzeit.

Inzwischen hätten sich die Anfragen für ästhetische Behandlungen auf einem normalen Mass eingependelt.

**Hoffnung Weihnachtsgeschäft** Wei Zhang ist zuversichtlich, dass der Zulauf bei ihr in Uster weiter anhält. «Das Bedürfnis bleibt hoch, sich in der Highspeed-Gesellschaft etwas Gutes zu tun, das wenig Zeit in Anspruch nimmt, aber einen sofortigen und langhaltenden Effekt hat.»

Erwartungsvoll sieht sie jetzt Weihnachten entgegen. «Die eine oder andere Kundin gönnt sich zu den Festtagen vielleicht eine Schönheitsbehandlung oder bekommt sie von ihrem Ehemann als Geschenk.»

**Mehr unter Leuten** Der Dezember gilt als umsatzstärkster Monat für die Kosmetikbranche, wie Verbandschef René

Schätti mitteilt. In dieser Zeit hätten die Kosmetikerinnen so viel zu tun, dass sie die Weiterbildungsangebote der Schweizerischen Gesellschaft für medizinische Kosmetik nur wenig in Anspruch nähmen. «Der Kundenandrang hängt damit zusammen, dass man über Weihnachten und Neujahr mehr unter die Leute geht und entsprechend gut aussehen will», sagt er.

Ob die Pandemie das diesjährige Weihnachtsgeschäft belasten wird, kann er schwer abschätzen. «Das hängt auch davon ab, ob Bund und Kantone die Kontaktbeschränkungen noch verschärfen oder lockern.» Im ersten Fall würde der Anreiz, sich behandeln zu lassen, eher abnehmen.

Schätti hält es aber für denkbar, dass seine Branche sogar noch profitiert, weil die Leute vermehrt einen «Wohlfühlmoment» in ihren Alltag integrieren wollten. «Über die Feiertage zum Wellness nach Österreich zu fahren, ist ja kaum möglich.»

Jörg Marquardt

«Es handelte sich oft um spontane Entscheide, weil solche Eingriffe schnell umsetzbar sind.»

**Rolf Brestel** ist Facharzt für Hals-, Nasen- und Ohrenkrankheiten in Wetzikon



«Jetzt bleibt mehr Geld für Schönheitsbehandlungen übrig.»

**Wei Zhang** ist Fachärztin für Chirurgie bei Acamed in Uster

Und nicht nur im Spiegel, sondern auch am Bildschirm – dann nämlich, wenn Videokonferenzen mit den Arbeitskollegen oder Angehörigen und Freunden abgehalten werden. «Bei Meetings im Büro sieht man sein eigenes Gesicht ja nicht, am Computer im Homeoffice aber schon. Viele merken plötzlich: Da muss ich etwas tun.»

Zhang bietet drei Formen der Faltentherapie an: Mit der Hyaluronsäure, einem Bestandteil des menschlichen Bindegewebes, verleiht sie der Haut ihrer Kunden insgesamt mehr Volumen; mit dem Botulinumtoxin, bekannt als «Botox», lähmt sie definierte Gesichtsmuskeln für drei bis sechs Monate und bringt so vor allem mimische Falten zum Verschwinden.

Bei der kosmetischen Akupunktur verzichtet sie auf körperfrem-

schnell zwischen 2000 und 3000 Franken kosten.

«Zurzeit haben die Leute mehr Geld auf der hohen Kante, weil etwa der Benzinverbrauch im Homeoffice stark gesunken ist und viele Freizeitaktivitäten wie Ferienerreisen oder Restaurant- und Konzertbesuche wegfallen», vermutet er. «Wer seit Längerem mit einer Schönheitsbehandlung liebäugelt, sagt sich jetzt: Wenn ich schon nicht verreisen kann, will ich wenigstens etwas für mich tun.»

**Fehlende Anreize** Christoph Zeller berichtet von anderen Erfahrungen. Er ist Facharzt für Allgemeine Innere Medizin und Geschäftsführer sowie ärztlicher Leiter der Praxis am Bahnhof in Rüti mit über 20 Fach-



«Warum sich für Weihnachten schön machen, wenn man gar nicht richtig feiern darf?»

**Christoph Zeller** ist Geschäftsführer Praxis am Bahnhof in Rüti



«Wer früher zehn Kunden am Tag hatte, kommt heute vielleicht nur auf sechs oder sieben.»

**René Schätti** ist Geschäftsleiter Schweizerische Gesellschaft für medizinische Kosmetik

Leichte Umsatzrückgänge müssten hauptsächlich die kleinen Studios hinnehmen, sagt er. Wegen der Hygiene-Schutzmassnahmen, zum Beispiel Lüftungspausen zwischen den Behandlungen, könnten sie weniger Kunden unterbringen.

«Wer früher zehn Kunden am Tag hatte, kommt heute vielleicht nur auf sechs oder sieben.» Dennoch: Aufs Ganze betrachtet, sei die Nachfrage ungebrochen.

Das gilt auch für die Praxis von Rolf Brestel in Wetzikon. Der Facharzt für Hals-, Nasen- und Ohrenkrankheiten führt neben seiner Basisarbeit auch ästhetische Behandlungen wie Nasenkorrekturen und Faltenreduktion mit Botox oder Hyaluronsäure durch. «Trotz der Pandemie ist der Grundbedarf in diesem Bereich gleichgeblieben.»

gehörten damit nicht zur Corona-Risikogruppe. Dementsprechend hätten sie weniger Angst vor einer allfälligen Infektion in der Praxis als andere Patienten – und würden weiterhin kommen.

Von einem Anstieg wie bei seiner Berufskollegin Wei Zhang in Uster könne aber keine Rede sein, so Brestel. «Nur im Mai und Juni lag die Nachfrage deutlich höher als sonst, weil es nach dem Lockdown einen gewissen Nachholbedarf gab.»

In jenen beiden Monaten seien vor allem kleinere ambulante Eingriffe wie das Unterspritzen von Falten angefragt worden. «Dabei handelte es sich oft um spontane Entscheide, weil solche Eingriffe schnell umsetzbar sind und keine grösseren Nachbehandlungen erfordern», sagt Brestel. Aufwendi-

Persönlich

## «Der ständige Wandel gehört zur neuen Normalität»

**Hinwil** Mitten in der Pandemie hat Simon Faust den elterlichen Betrieb übernommen, die Faust Auto AG in Hinwil. Wie sein Betrieb die aktuellen Herausforderungen meistert, macht ihn stolz. Einen Ausgleich findet er im Sport.



**Sie leiten die Faust Auto AG in Hinwil. Was bedeutet Ihnen die Arbeit?**

**Simon Faust:** Die Firma ist ein Familienunternehmen, und es freut mich, dass ich die Arbeit meiner Eltern weiterführen kann. Im eigenen Betrieb zu arbeiten, ist etwas Spezielles. Wir haben kurze Entscheidungswege, was vieles erleichtert. Ich geniesse Freiheiten, die ich an einem anderen Ort wohl nicht hätte.

**Wie kam Ihre Berufswahl zustande?**

Zuerst lernte ich Konstrukteur. Das gefiel mir gut. Für das Autoergewerbe interessierte ich mich erst später.

**Wie kamen Sie zur Faust Auto AG?**

Während der Lehre als Konstrukteur absolvierte ich die Berufsmittelschule. Nach dem Lehrabschluss ging ich in den Familienbetrieb und verkaufte für ein Jahr Fahrzeuge. Danach entschloss ich mich, Betriebsökonomie an der Fachhochschule in Winterthur zu studieren. Nun weiss man nicht richtig, wie es weitergeht. Das alles beschäftigt mich. Manchmal erwache ich früh am Morgen, und der Kopf ist voller Gedanken. Die Herausforderung, den Familienbetrieb zu leiten, reizte mich.

**Was würden Sie rückblickend anders machen?**

Ich schaue, was auf mich zukommt, und achte mehr auf die Gegenwart. Der Blick in die Zukunft ist zwar wichtig, doch derzeit sieht die Perspektive im Autoergewerbe nicht rosig aus. In vie-

len Betrieben kann man nicht mehr über zehn Jahre hinaus planen, weil es einige Unsicherheitsfaktoren gibt. Die Corona-Pandemie zeigt, dass Veränderungen rasch kommen können. Wichtig ist, sie anzunehmen, statt sich davor zu verschliessen. Der ständige Wandel gehört heute zur neuen Normalität.

**Von wem haben Sie beruflich am meisten profitiert?**

Von meinem Vater und meiner Mutter. Sie zeigten, dass man mit Leidenschaft und Unternehmertum viel erreichen kann. Die Eltern gründeten zuerst ein Zwei-Personen-Unternehmen und bauten den Betrieb zu dem auf, was er heute ist. Das ist vorbildlich.

**Verfolgen Sie ungelöste Probleme nach der Arbeit?**

In diesem Jahr waren wir immer wieder mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Als plötzlich der Lockdown da war, mussten wir den Showraum der Garage für zwei Monate schliessen. Nun weiss man nicht richtig, wie es weitergeht. Das alles beschäftigt mich. Manchmal erwache ich früh am Morgen, und der Kopf ist voller Gedanken.

**Wie steht es um Ihre Work-Life-Balance?**

Der Sport sorgt für Ausgleich, gerade in schwierigen Zeiten. Früher fuhr ich Bike-Rennen und war ambitioniert. Ferien kann man derzeit nicht so machen, wie man es gerne hätte, und auch soziale Kontakte sind weniger als früher. Diese helfen mir sonst auch bei der Work-Life-Balance.

**Glauben Sie an Vorsehung oder Schicksal?**

Ich bin kein gläubiger Mensch, aber ich denke: Alles, was passiert, hat seinen Grund. Man sollte aber nicht allzu fest daran herumstudieren, weshalb etwas so und nicht anders ist.

**Welche Persönlichkeit würden Sie gerne treffen?**

Roger Federer schafft es seit Jahren, natürlich aufzutreten, obwohl er sehr erfolgreich ist. Ich bin aber kein Tennisfan. Mit dem Mountainbiker und Olympiasieger Nino Schurter würde ich gerne einmal eine Biketour machen.

**Worüber ärgern Sie sich?**

Wenn Menschen nicht ehrlich sind, kann mich das recht ärgern. Ich bin dann enttäuscht.

**Worüber freuen Sie sich?**

Über eine gute Stimmung im Team und erfolgreiche Umsetzungen im Betrieb.

**Wo liegen Ihre Stärken?**

Ich habe eine gute Auffassungsgabe und einen starken Willen, wenn ich mir etwas in den Kopf gesetzt habe.

**Und Ihre Schwächen?**

Manchmal kann ich ungeduldig sein. Wenn mir etwas nicht passt, bin ich motiviert, das so zu ändern, dass es für mich stimmt.

**Kochen Sie?**

Von asiatischen bis zu italienischen Gerichten koche ich alles. Meine Mutter brachte mir das bei. Meine Partnerin und ich kochen oft zusammen.

**Viel Zeit vorausgesetzt: Womit würden Sie sich beschäftigen?**

Ich würde mich im Bereich Informatik weiterbilden. Ich wollte eine Masterausbildung in Wirtschaftsinformatik machen.

**Worauf sind Sie stolz?**

Darauf, wie wir dieses herausfordernde Jahr meistern. Wir mussten viele schwierige Entscheide fällen, wie den, als wir uns für einen Monat für Kurzarbeit entschieden. Zudem machten wir in diesem Jahr den Aufbau der Marke Seat recht gut hin.

**Wo verbringen Sie die Ferien?**

Ich mag Italien, allgemein Europa. Ich war auch schon in Asien und Amerika. Andere Kulturen interessieren mich. Die Schweiz ist aber immer noch eines der schönsten Länder weltweit.

**Spielen Sie ein Instrument?**

Als Jugendliche spielte ich Schlagzeug, hörte aber bald auf. Biken machte mehr Spass. Im Alter von zehn bis 16 Jahren bestritt ich nationale Rennen. Irigendwann konnte ich bei der Spitze nicht mehr mithalten und hörte auf.

**Was lesen Sie gerade?**

Ich lese News, weniger Bücher.

**Was ist Ihr Lieblingsort im Zürcher Oberland?**

Ich fahre mit dem Bike gerne auf den Bachtel. Ich bin auch gerne am Greifensee.

Aufgezeichnet: Bruno Fuchs

Steckbrief

- **Name:** Simon Faust
- **Geburtsjahr:** 1992
- **Beruf:** Geschäftsleiter
- **Erlerner Beruf:** Konstrukteur
- **Hobbys:** Biken, Wintersport, Kochen
- **Zivilstand/Kinder:** ledig
- **Wohnort:** Bertschikon ZH

# Stellenkarussell

**Jill Ruf**



Jill Ruf ist neu CEO der Simplex Electronic AG in Wetzikon. Ihr langjähriger Vorgänger Thomas Fischer hatte Mitte November seinen Rücktritt bekanntgegeben. Ruf, die zuvor als CFO im Unternehmen

**Robert Merki**



R&M hat Robert Merki per 1. November zum neuen CTO und Mitglied der Geschäftsleitung ernannt. Er folgt auf Stefan Grätzer, der den Wetziker Konzern Ende 2020 nach zehn Jahren verlässt, um neue berufliche Herausforderungen anzunehmen. Merki war bisher Head of Innovation & Engineering und für sämtliche R&M-Aktivitäten verantwortlich.

**Martin Joos**



Die Lenzlinger Söhne AG in Nänikon hat Martin Joos per 1. Oktober zum neuen Geschäftsführer ernannt. Er folgt auf Markus Kalberer, der die operative Führung während sechs Jahren innehatte. Joos ist diplomierte Bauingenieur und Wirtschaftsingenieur. Zuletzt war er als Geschäftsführer der Renggli International AG in Winterthur tätig.