



Drehkreuz der Schönheit

Ein Blick in die Broschüre reicht, und schon ist klar, um welche Kundenschaft sich die Stadt bemüht: Da wartet eine Limousine direkt neben dem Privatjet. Eine Schar von Ärzten umsorgt mit vertrauensvoller Miene einen Patienten, bei dem es sich um einen vermögenden Scheich handelt. Bilder wie diese sind es, mit denen das Düsseldorfer Stadtmarketing die Superreichen aus aller Welt an den Rhein locken will. Die Stadt genieße einen „exzellenten Ruf“ als Medizinstandort und biete zudem mit der Kö-

schaft verdienen: Schönheit kommt nicht von innen, sondern von der Kö.

Einer von ihnen ist Schönheitschirurg Massud Hosseini. „Die Kö“, sagt er, „war in Deutschland schon immer eine erste Adresse für Plastische Chirurgie. Die Patienten verbinden sie einfach mit Schönheit.“ Mit seiner Meinung steht Hosseini nicht allein da. Die Einkaufsmeile hat wohl die höchsten Schönheitsdoktorendichte im ganzen Land.

Mehr als 700 000 Eingriffe werden deutschlandweit jedes Jahr vorgenommen,

Die Gäste lockt die schwer zu überbietende Dichte aus noblen Modegeschäften, teuren Juwelieren und eben – Ärzten. Selbst München, so heißt es von den verwöhnten Jetsettern und ihrer Entourage, müsse sich mittlerweile anstrengen, um mitzuhalten. Hinzu kommt: Von Düsseldorf aus lassen sich bequem hoch spezialisierte Kliniken in der Umgebung erreichen.

So kommt es schon mal vor, dass reiche Scheichs in einer privaten Boeing 737 in Düsseldorf landen – und von dort aus in kleineren Jets ihre Ausflüge nach Resteuropa starten. Hans Pfeiffer, Chef der Chartergesellschaft Triple Alpha in Düsseldorf, kümmert sich dann um die vermögende Klientel. Natürlich erfordert sein Geschäft Diskretion. Nur so viel: „Der Papa lässt sich in der Nähe eine neue Hüfte einsetzen, den Rest der Familie fliegen wir ein wenig durch die Gegend.“

Vom Geschäft mit der Gesundheit profitieren auch die drei Luxushotels, die entlang der Prachtmeile residieren. So man-



Luxusmeile Königsallee, Schönheitsoperation
Erst in die Edel-Boutique, dann unters Messer

nigsallee eine Shopping-Meile von Welt-rang, heißt es in der Hochglanzbroschüre. Gleich daneben stehen detaillierte Infos zu den besten Kliniken und Gesundheitsspezialisten vor Ort; mehrsprachig – und natürlich auch auf Arabisch.

Düsseldorf zeigt eine neue Facette: Die Stadt, die mit Werbung und Mode schon immer gern im Rampenlicht glitzerte, will sich jetzt auch als Nordrhein-Westfalens Schönheits- und Gesundheitsmetropole profilieren.

Im Zentrum steht dabei die Prachtmeile der Stadt, die Königsallee. Schönheit und Gesundheit liegen hier nah beieinander. In den unteren Etagen locken edle Boutiquen und Juweliers, in den oberen Stockwerken sorgen sich Ärzte um das Wohl ihrer betuchten Kundschaft – Chirurgen, Dermatologen, Zahnärzte, selbst Gynäkologen. Sie alle wollen ihr Geld mit der gleichen Bot-

schätzt die Deutsche Gesellschaft der Plastischen, Rekonstruktiven und Ästhetischen Chirurgen – doppelt so viele wie noch vor zehn Jahren. Die Preise für Fettabsaugen, Gesichtskorrekturen oder Brustvergrößerungen erreichen schnell hohe vierstellige Beträge. Die Schönheitschirurgie ist ein Milliardenmarkt, und Düsseldorf mischt kräftig mit.

Die Königsallee zieht Kunden aus Frankreich, den Beneluxländern oder der Schweiz an. Reiche Russen haben die Stadt am Rhein ebenfalls ins Herz geschlossen. Besonders aufgeregt werden sie dort aber, wenn die Araber vorfahren. Und die Scheichs kommen immer häufiger, gerade im Sommer, und bleiben gerne länger: Sechs bis acht Wochen Erholung von der Wüstenhitze sind eher die Regel als die Ausnahme.

cher Herzspezialist, Orthopäde oder Schönheitschirurg vermittelt seine Kundenschaft in die vornehmen Häuser. Diese wiederum freuen sich über die zahlungskräftige Klientel und sorgen für beste Betreuung – vom persönlichen Shopping-Assistenten bis hin zur medizinischen Nachsorge. Bisweilen tuscheln Hotelmitarbeiter über Gäste, die sich nach Operationen in ihren Suiten die Verbände wechseln lassen.

Der besondere Service spricht sich herum. Die Zahl der Gäste, die der Gesundheit und Schönheit wegen an den Rhein kommen, „nimmt deutlich zu“, sagt Cyrus Heydarian, Manager des Breidenbacher Hofes. Das Luxusquartier kooperiert unter anderem auch mit einer Praxis für Präventionsmedizin. So lässt sich doppelt gut Geld ausgeben – auf der Kö und unter medizinischer Aufsicht.

max haerder | politik@wiwo.de