

Dortmund, im September 2010

## **Interview mit Elke Schwiegel, Geschäftsleitung Clinic im Centrum**

### **Das Jubiläum: zehn Jahre Clinic im Centrum (CiC) – Retrospektive und Ausblick**

1. Wie hat das Konzept Clinic im Centrum vor zehn Jahren begonnen? Was war Ihr persönliches Anliegen bei der Gründung?

*Ich hatte eine Vision und wollte Patienten vor Missständen und Scharlatanen in der immer populärer werdenden Schönheitschirurgie bewahren. Dafür habe ich die Clinic im Centrum geschaffen. Sie bietet Transparenz, höchste medizinische und fachliche Standards und größtmögliche Sicherheit für die Patienten. Qualität ist unser Markenkern. Wenn sich Menschen für einen operativen Eingriff im Bereich der Ästhetische-Plastischen Chirurgie entscheiden, damit sie sich anschließend im eigenen Körper schöner und wohler fühlen, dann sind die Anforderungen an den behandelnden Arzt besonders hoch. Deshalb entstand die Idee, einen Qualitätszirkel von Kliniken zu gründen, bei dem wir strengste fachliche Maßstäbe anlegen. Sprich: Die Voraussetzungen für einen Chirurgen, unter dem Markendach Clinic im Centrum arbeiten zu können, sind immens hoch. Wenn man bedenkt, dass in Deutschland auf mehrere Tausend selbsternannte Schönheitschirurgen nur wenige Hundert ausgebildete Fachärzte für Plastische Chirurgie kommen, dann sieht man, wie wichtig ein Angebot wie das von Clinic im Centrum ist. Es gilt, Patienten nicht mehr in die Falle eines nicht qualifizierten Arztes laufen zu lassen.*

2. Wie kann man sich die Startphase eines solch ambitionierten Unternehmens vorstellen?

*Ich hatte vor zehn Jahren die Möglichkeit, die Dortmunder Klinik zu erwerben, die heute Hauptsitz von Clinic im Centrum ist. Also tat ich das kurzerhand. Allerdings musste ich bald feststellen, dass Ärzte nun mal Ärzte und keine Betriebswirte sind. Es folgten arbeitsintensive Analysen und Umstrukturierungen, aber mit dem Ergebnis, dass die Klinik innerhalb kürzester Zeit schwarze Zahlen schrieb. Weil es so beispielhaft mit der ersten Klinik funktionierte, übernahm ich kurzerhand noch eine Klinik in Münster. Ich gab ihr den Namen Clinic im Centrum und führte die Erfolgsgeschichte der Schönheitschirurgie in Nordrhein-Westfalen fort. Mittlerweile haben wir 42 Standorte europaweit.*

3. Wann haben Sie sich für das europaweit beispielhafte Modell des Franchisings entscheiden und warum?

*Als die Patientenfragen aus München, Hamburg oder Berlin überhand nahmen, dachte ich mir: Was mache ich mit diesen Leuten, die eine so weite Anreise haben? Warum suche ich mir nicht einfach Fachärzte für Plastische Chirurgie in den Städten, wo ich nicht bin, die nach meinen Qualitätsmaßstäben arbeiten, und binde sie in mein Konzept ein. Dadurch entstand das Franchise-Modell, das sich bis heute bewährt hat.*

4. Werden Sie weiter expandieren und wenn ja, wohin?

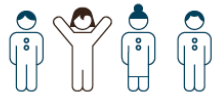
*Unser Netzwerk ist dicht gestrickt. Seit Gründung der Marke Clinic im Centrum setzen wir auf eine enge Zusammenarbeit mit internationalen Kapazitäten und internationalen Fachgesellschaften im Bereich der Ästhetische-Plastischen Chirurgie. Unser deutsches Erfolgskonzept wurde auf unzähligen Kongressen vorgestellt und für gut befunden, sodass wir zum Beispiel Anfragen aus dem arabischen und asiatischen Raum haben. Mein Ziel ist es, außerhalb Deutschlands auf maximal 200 Standorte zu wachsen. Denn bei der Marke Clinic im Centrum geht es nicht um Masse, sondern um einwandfreie Qualität. Oberste Priorität bei einem Wachstum haben damit immer unsere Unternehmensphilosophie und unsere Ansprüche an die fachliche und medizinische Hochwertigkeit unserer Arbeit.*

5. Können Sie uns die finanzielle Entwicklung von CiC skizzieren? Schreiben Sie durchweg schwarze Zahlen?

*Wir haben unsere Umsätze stets mit zweistelligen Wachstumsraten steigern können.*

6. Welche neuen Behandlungsmethoden wurden in Clinic im Centrum entwickelt und wie haben sich diese Methoden auf dem Markt etabliert?

*Unsere Ärzte haben Instrumente entwickelt, die den Arbeitsalltag eines Operateurs erleichtern. Aber auch völlig neue, innovative und heute etablierte Methoden und Verfahren zählen dazu. Von der WAL-Methode, also der wasserstrahlassistierten Liposuktion, bis hin zur Brustvergrößerung mit Eigenfett waren die Ärzte von Clinic im Centrum immer maßgeblich in die Entwicklung involviert. Aber: Wir legen großen Wert darauf, nicht jeden Trend mitzumachen. Bevor wir eine neue Methode anbieten, muss diese erst einmal genau geprüft und von allen Clinic im Centrum-Mitgliedern für gut befunden werden.*



**MIT-SCHMIDT**  
Kommunikation

7. Wie bewerten Sie das Bedürfnis der Deutschen, auch oder gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten in die Schönheit zu investieren? Wo sehen Sie Gründe für ein solches Verhalten?

*In unserer Gesellschaft herrscht vielfach die Meinung, dass man mit einem attraktiven Äußeren höhere Chancen hat, beruflich erfolgreich zu sein und vielleicht auch seinen Arbeitsplatz zu halten. Es ist erwiesen, dass gerade in wirtschaftlich schlechteren Zeiten, die Menschen mehr in ihr Äußeres investieren. Ganz von der Hand zu weisen ist der Hintergrund dieser Entscheidung nicht. Wir betreuen unsere Patienten oftmals bis zu ein Jahr lang. In dieser Zeit sehen wir eine Entwicklung des Selbstbewusstseins, die immer wieder beeindruckend ist. Durch das gesteigerte Selbstbewusstsein haben unsere Patienten oftmals wieder mehr Lebensfreude und sind dynamischer. Also ist es eigentlich eine Sache, die sich im Kopf abspielt, da der ästhetische Makel meistens viel höher bewertet wird als vom Umfeld.*

8. Sie verdienen Ihr Geld mit dem „Redesign“ von Menschen. Welches sind momentan die Top Drei der Schönheitsbehandlungen in Deutschland?

*Für 2010 liegen uns noch keine Auswertungen vor. Die Zahlen werden von der Deutschen Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie immer Ende des Jahres bekannt gegeben. Im vergangenen Jahr waren die drei am häufigsten durchgeführten Behandlungen die Brustvergrößerung, die Lidstraffung und die Fettabsaugung.*

9. Aktuell wird vor gefährlichen antibiotikaresistenten Bakterien gewarnt, die bei Schönheitsoperationen im Ausland übertragen werden. Wie sehen Sie die Risiken für die Ausbreitung solcher Bakterien in Kliniken der Clinic im Centrum?

*Gerade in Deutschland sind die Auflagen des Gesundheitsamtes für Operationen so hoch, dass wir an Sterilität und Hygiene kaum zu überbieten sind. Dafür wird deutsche Medizin weltweit geschätzt. Deshalb raten wir dringend davon ab, Schönheitsoperationen in*

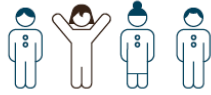
*Ländern durchführen zu lassen, in denen entsprechende Hygienevoraussetzungen nicht gegeben sind.*

**MIT-SCHMIDT Kommunikation GmbH**

Wartenau 8  
22089 Hamburg  
Telefon +49 (0)40 - 41 40 63 9-0  
Fax +49 (0)40 - 41 40 63 9-29  
info@mit-schmidt.de / www.mit-schmidt.de

Geschäftsführende Gesellschafterin:  
Naciye Schmidt  
Amtsgericht Hamburg  
Registernummer HRB 99727  
USt.-Id.-Nr. DE 252559953

Bankverbindung  
Kontoinhaber: **MIT-SCHMIDT Kommunikation GmbH**  
Kontonr.: 038 884 8400  
BLZ: 200 80 000  
Bankinstitut: Dresdner Bank Hamburg



**MIT-SCHMIDT**  
Kommunikation

10. Wo sehen Sie die besonderen Herausforderungen für CiC in den kommenden zehn Jahren?

*Den nächsten zehn Jahren sehe ich mit Spannung entgegen. Wir haben bereits viel erreicht und das meine ich nicht ausschließlich wirtschaftlich. Die Patienten werden immer aufgeklärter und kritischer bei der Arztwahl für eine ästhetische und damit freiwillige Operation. Ich bin stolz, dass wir dazu einen Teil beitragen konnten und vielleicht manche Menschen vor einer fatalen Entscheidung bewahrt haben. Hieran werden wir auch noch die nächsten Jahre arbeiten. Mein Ziel ist es, dass einem Menschen, der an eine ästhetische Veränderung denkt, sofort der Name Clinic im Centrum einfällt, diesen also gleichzusetzen mit Seriosität und medizinischer Kompetenz.*

Weitere Informationen sind unter [www.clinic-im-centrum.de](http://www.clinic-im-centrum.de) erhältlich.

*Abdruck honorarfrei. Um einen Beleg wird gebeten.*

*7.177 Zeichen inkl. Leerzeichen*

**Pressekontakt:**

MIT-SCHMIDT Kommunikation GmbH  
Naciye Schmidt  
Wartenau 8  
22089 Hamburg  
Tel: +49(0)40 – 41 40 63 9-16  
Fax: +49(0)40 – 41 40 63 9-29  
Mail: [schmidt@mit-schmidt.com](mailto:schmidt@mit-schmidt.com)  
[www.mit-schmidt.com](http://www.mit-schmidt.com)

**MIT-SCHMIDT** Kommunikation GmbH

Wartenau 8  
22089 Hamburg  
Telefon +49 (0)40 - 41 40 63 9-0  
Fax +49 (0)40 - 41 40 63 9-29  
[info@mit-schmidt.de](mailto:info@mit-schmidt.de) / [www.mit-schmidt.de](http://www.mit-schmidt.de)

Geschäftsführende Gesellschafterin:  
Naciye Schmidt  
Amtsgericht Hamburg  
Registernummer HRB 99727  
USt.-Id.-Nr. DE 252559953

Bankverbindung  
Kontoinhaber: **MIT-SCHMIDT** Kommunikation GmbH  
Kontonr.: 038 884 8400  
BLZ: 200 80 000  
Bankinstitut: Dresdner Bank Hamburg