



Manfred Grossmann

Kenner sprechen im Zusammenhang mit der Blue Lagoon vom „Toten Meer des Nordens“. Die Quelle gilt alleine schon wegen ihrer Schönheit als eines der bekanntesten Naturwunder Islands. Nicht nur deshalb hat sie sich in den letzten Jahren zu einem der 25 besten Wellness- und Spa-Center in der Welt entwickelt.



Psoriasis-Patienten aus Skandinavien und anderen Ländern werden in der dortigen Tagesklinik erfolgreich behandelt, wobei – in Kombination mit UV-Bestrahlung – die Balneotherapie im einzigartigen Wasser der Blue Lagoon mit ihren Mineralsalz- und Silica-Ablagerungen, sowie den blaugrünen Algen im Vordergrund steht. Das erfolgreiche Hautpflege-Konzept Blue Lagoon, also Produkte mit einer Kombination von natürlichen Wirkstoffen aus der geothermalen Heilquelle, sind seit kurzem auch in Deutschland verfügbar. Das neu gegründete Unternehmen PRAXIMA mit Sitz in Freiburg hat sich zur Aufgabe gemacht, das neue Konzept im deutschsprachigen Raum zu etablieren. Darüber sprach DERMAforum mit dem geschäftsführenden Gesellschaf-

Das Tote Meer des Nordens

Blue Lagoon: Geothermale Hautpflege – nicht nur bei Psoriasis

Die PRAXIMA GmbH & Co KG, ein neues Unternehmen im Bereich der Dermatologie, nutzt die Blue Lagoon, eine geothermale Heilquelle im Südwesten Islands.

ter des Unternehmens, Manfred Grossmann.

Herr Grossmann, Sie sind den Dermatologen durch Ihre langjährige Tätigkeit im Dermatika-Bereich bekannt. Was hat Sie dazu bewogen, das neue Unternehmen PRAXIMA zu gründen und das Blue Lagoon-Konzept nach Deutschland zu transferieren?

Durch meine früheren Tätigkeiten habe ich vielerlei Kontakte in der deutschen und internationalen Dermatologie. Das isländische Blue Lagoon-Management ist an mich herangetreten und hat mir die Vermarktung von Blue Lagoon im deutschsprachigen Raum angeboten. Die geothermale Heilquelle mit den ersten fundierten klinischen Wirksamkeitsnachweisen sowie das offensichtliche Innovationspotenzial, das im Konzept und in den Produkten steckt, haben mich schnell angesprochen und überzeugt.

Dazu kommt der „Schuss“ Faszination und Exotik, den die reine, frische und unverbrauchte Natur auf Island bietet. Hier kann man Gesundheit, Wellness und Schönheit auf sehr angenehme Art miteinander verbinden. Insgesamt ein sehr reizvolles und viel versprechendes Projekt. Zudem war es schon immer mein Wunsch, einmal mit einem selbst gegründeten Unternehmen auf „eigenen Beinen“ zu stehen. Blue Lagoon war und ist für mich die ideale Basis, dies zu verwirklichen.

Wie sieht die strategische Ausrichtung Ihres Unternehmens aus und welche Firmenphilosophie vertreten Sie?

Im Vordergrund steht natürlich die Integration des Blue Lagoon-Konzeptes im deutschen Markt. Dabei spielen die Dermatologen in Klinik und Praxis als Kompetenzträger eine ganz zentrale Rolle. Sie sind unsere primären Ansprechpartner. Unsere Philosophie ist folgende: Blue Lagoon steht für drei Dinge, die in der heutigen Zeit eng miteinander verknüpft sind, nämlich Gesundheit, Wellness und Schönheit. Gerade für die Dermatologen, die sowohl in therapeutischer als auch ästhetisch-medizinischer Sicht gefordert sind, bietet Blue Lagoon ein schlüssiges Gesamtkonzept.

Können Sie das etwas näher erläutern?

Durch die antientzündliche, hautregulierende und revitalisierende Wirkung der geothermalen Inhaltsstoffe wird die „leidende“ Haut, zum Beispiel die entzündliche Problemhaut in ihrer natürlichen Regeneration und Gesundung unterstützt. Der Wellness-Gedanke kommt dadurch zum Tragen, dass durch unsere Produkte, wie das Badesalz, das revitalisierende Erholungsbad der Blue Lagoon und die anschließende Pflege ins eigene Bad

geholt werden kann. Auch der Schönheit wird Rechnung getragen. Die Blue Lagoon wird von den Isländern als „Jungbrunnen“ bezeichnet. Die feuchtigkeitbindenden und tonisierenden Eigenschaften sowie der Anti-Aging- und Repair-Komplex in den Gesichtspflegeprodukten verleihen auch empfindlicher Gesichtshaut Frische und jungliches Aussehen.

Wie spiegelt sich diese Philosophie im Produktsortiment wider?

Unser Sortiment entspricht exakt diesem Konzept: Wir bieten eine ausgewogene Präparatepalette an mit Produkten zur geothermalen Therapieergänzung, zur Gesichtspflege und zur pflegenden Reinigung von Haut und Haar. Fast alle Produkte sind dermatologisch getestet, hypoallergen und ohne Duft- und Farbstoffe.

Zur Therapie: Die Effekte auf die Psoriasis sind erst in den letzten Jahren belegt worden. Gibt es Forschungsansätze, die den Stellenwert auch bei anderen dermatologischen Indikationen im Visier haben?

Tatsächlich wird die Wirkung des Blue Lagoon-Komplexes auch bei anderen Einsatzmöglichkeiten geprüft, und das mit viel versprechenden Ergebnissen. Beispiele sind Neurodermitis und Akne. Auch wenn es sich auf den ersten Blick zu widersprechen scheint, dass Präparate sowohl bei der Psoriasis als auch bei der Akne wirksam sein sollen, ermutigt uns die Wissenschaft, hier gezielt anzusetzen.

Welche Resonanz gab es bisher in Deutschland?

Ausgesprochen positive. Die Ergebnisse erster kontrollierter klinischer Studien zum Beispiel zur therapieergänzenden Pflege bei der Schuppenflechte und sehr trockener Haut, sind so ermutigend, dass an einigen Universitäten nicht nur großes Interesse an weiteren klinischen Studien besteht, sondern dass auch die Grundlagenforscher bezüglich der Inhaltsstoffe, wie der blaugrünen Algen der Blue Lagoon, auf den Plan gerufen wurden.

Hier ist sicher noch viel Spielraum und Notwendigkeit für Forschungstätigkeit gegeben.

Wichtig und erfreulich für uns sind aber auch die unerwartet positiven Reaktionen und Rückmeldungen der Patienten und Verwender. Insbesondere im Rahmen der Studien, die mit Psoriatikern ein besonders empfindliches und kritisches Patientengut aufweisen, werden uns ausgezeichnete Effizienz und besonders gute Verträglichkeit bescheinigt.

Wohin können sich interessierte Dermatologen und Patienten zwecks weiteren Informationen wenden?

Natürlich direkt an unsere Firma oder an unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Außendienst. Verweisen möchte ich aber auch auf unseren Internet-Auftritt mit umfangreichen Detailinformationen zur Blue Lagoon selbst, zu den Präparaten, zu Inhaltsstoffen und Studien, zu Anwendungs-

tipps, einem Forum zum Austausch unter der Adresse www.praxima.de.

An wen können sich deutsche Psoriasispatienten wenden, die an einem Kur- oder Wellness-Aufenthalt in der Blue Lagoon interessiert sind?

Neben der vorhandenen Tagesklinik entsteht zurzeit eine neue Klinik mit 50 Betten, die in einen modernen Hotelbetrieb integriert wird. Informationen dazu können bei der Praxima GmbH eingeholt werden. Buchungen sind in Deutschland auf jeden Fall über skandinavische Reisebüros möglich. Wir werden demnächst Adressen von Reiseveranstaltern bereithalten, die Reisen zur Blue Lagoon anbieten.

Wie sehen Ihre Pläne für die Zukunft aus?

So wie das Blue Lagoon-Konzept möchten wir auch unsere Unternehmensstrategie zukunftsorientiert gestalten: neben dem expandierenden innovativen Präparateangebot wird Praxima auch mit Dienstleistungen in der Dermatologie aufwarten, die den Dermatologen in seiner Kompetenz als Ansprechpartner in Fragen zur Haut stärken, zum Beispiel durch spezielle Fortbildungsprogramme. Die Installierung dieses Unternehmensbereiches wird jedoch noch ein wenig Zeit benötigen, da das unerwartet große Interesse an unseren Produkten sowie an wissenschaftlichen Forschungsaktivitäten unsere interne Kapazität bindet. Expansionskonzepte liegen bereits in der Schublade. (th) ◆



Bilder: Praxima