

(R)eine Herzenssache

Interview: Anne Kummerlöwe

Die Schönheitsindustrie war schon immer ein wichtiger Teil unseres Lebens, aber in den letzten Jahren hat sich die Art und Weise, wie wir über Schönheit denken, gewandelt. Es geht nicht mehr ausschließlich darum, gut auszusehen, sondern auch um Selbstpflege, persönliches Wachstum und Selbstdarstellung. Im besten Fall schließt sich so auf wunderbare Art und Weise ein Kreis. Denn nur ein gesunder Kopf kann Schönheit vermitteln. „Schönheit beginnt in dem Moment, in dem du dich entscheidest, du selbst zu sein“, sagte einst Coco Chanel. Wenn wir uns eingehender mit der Psychologie der Schönheit beschäftigen, erkennen wir, dass es nicht nur um oberflächliche Äußerlichkeiten geht, sondern darum, wie wir uns selbst fühlen. Schönheit kann uns ermutigen und uns helfen, uns selbstbewusst und wohl in unserer Haut zu fühlen. Allerdings hat die Schönheitsindustrie diese Ideale nicht immer unterstützt. Jahrelang hat die Branche unrealistische Schönheitsstandards propagiert und Produkte vermarktet, die eine sofortige Verwandlung versprechen. Dies hat zu einer Kultur des Vergleichs und der Selbstzweifel geführt, in der die Menschen das Gefühl haben, dass sie auf eine bestimmte Weise aussehen müssen, um als schön zu gelten. Aber die Dinge beginnen sich zu ändern. Es

gibt immer mehr Marken, die natürliche Schönheit, Inklusivität und Körperbewusstsein fördern.

Im Jahr 1991 kreierte das Kosmetikunternehmen Maybelline den Slogan „Maybe she’s born with it. Maybe it’s Maybelline“. Damit sollte unterstrichen werden, dass die natürliche Schönheit jeder Frau vielmehr betont, statt verdeckt werden sollte. Der Beauty-Innovator ist bekannt für Neuschöpfungen und Trends und setzt nunmehr ein weiteres, äußerst wichtiges Zeichen. Als einer der Frontrunner auf dem internationalen Make-up-Markt hat Maybelline New York nämlich die Möglichkeit, öffentlichkeitswirksam wichtige Unterstützung zu bieten, um Hindernisse abzubauen, die Frauen und jungen Erwachsenen bei ihrer Persönlichkeitsentwicklung oftmals im Weg stehen, und startete Brave Together: Ein langfristiges Programm zur Bekämpfung von Angstzuständen und Depressionen weltweit. Damit will das Unternehmen, in Deutschland mit der Unterstützung der Stiftung Deutsche Depressionshilfe, helfen, mit stark beängstigenden Gefühlen umgehen zu lernen, Personen, die unter Angstzuständen und Depressionen leiden, von gesellschaftlichen Stigmata zu befreien, und vor allem aber zu kostenfreier und schneller Beratung zu verhelfen. Die Pressesprecher von Maybelline New York



und der Stiftung Deutsche Depressionshilfe erklären, was genau sich hinter #bravetogether verbirgt und wie alle gemeinsam etwas Großes erreichen können.

Das Streben nach Perfektion und Optimierung scheint ein quasi niemals endender Vorgang zu sein. Wird dabei jedoch die mentale Gesundheit noch zu oft außer Acht gelassen bzw. nicht vorrangig in den Fokus gerückt?

SDD: Das sollte sie aber. Psychische Gesundheit hat dieselbe Aufmerksamkeit verdient wie unser körperliches Wohlbefinden. Psychische Erkrankungen wie Depression sind aber nicht, wie viele glauben, ein Zeichen unserer Zeit. Wir haben heute nicht mehr Depressionen als früher. Die in den letzten Jahren verstärkte Medienberichterstattung über depressiv erkrankte Menschen sowie die Statistiken der Krankenkassen mit Zunahme an Arbeitsunfähigkeitstagen wegen Depression erwecken den Eindruck, dass Depressionen deutlich häufiger werden. Hinter der Zunahme in den Statistiken dürfte jedoch eher die sehr wünschenswerte Entwicklung stehen, dass sich mehr Betroffene oder erkrankte Menschen professionelle Hilfe holen und Ärzte Depressionen besser erkennen und behandeln. Am wichtigsten erscheint uns, dass Depressionen heute auch Depressionen genannt und nicht hinter weniger negativ besetzten Ausweidiagnosen wie chronischer Rückenschmerz, Tinnitus, Kopfschmerz etc. versteckt werden.

Wie kann die Schönheitsindustrie unmittelbar helfen? Wird genügend auf psychologische Faktoren eingegangen?

Maybelline: Das Thema der mentalen Gesundheit ist in den letzten Jahren in der Mitte unserer Gesellschaft angekommen und somit auch in der Schönheitsindustrie deutlich relevanter geworden. In unseren vergangenen Aktionen rund um das Thema haben wir gezeigt, dass wir hinsichtlich der Initiative den Fokus ultimativ auf psychologische Faktoren legen. Wir freuen uns, zu dieser positiven Entwicklung in der Branche beizutragen und mit unseren Markenbotschaftern auf diese wichtigen Themen aufmerksam zu machen. Maybelline New York glaubt daran, dass jeder es verdient, sich selbstbewusst zu fühlen – und eine gute psychische Gesundheit ist dafür entscheidend. Daher möchten wir in diesem Gebiet ein Vorreiter sein und als Marke die Bewegung aktiv unterstützen und fördern.

Welche wichtige Unterstützung kann die Beauty-Branche im Kampf gegen Depression und Angstzustände bieten?

SDD: Depression ist eine echte Volkskrankheit. Doch obwohl es gute und wirksame Behandlungsmöglichkeiten gibt, erhält bisher nur eine Minderheit der Betroffenen die optimale Unterstützung.

Hier gibt es ein großes Verbesserungspotenzial. Organisationen und Unternehmen ganz gleich aus welcher Branche können intern viel dazu beitragen, dass depressiv erkrankte Mitarbeiter rascher in eine professionelle Behandlung kommen – durch Aufklärung, Sensibilisierung und Wissen zu Anlaufstellen. Aber auch über die Mitarbeitenden im eigenen Unternehmen hinaus können Unternehmen durch ihre Hinwendung zum Thema Depression Aufmerksamkeit schaffen und zu einem gesellschaftlichen Klima beitragen, indem ohne Vorurteile über die Erkrankung gesprochen wird.

Wie entstand die Idee zu #BraveTogether?

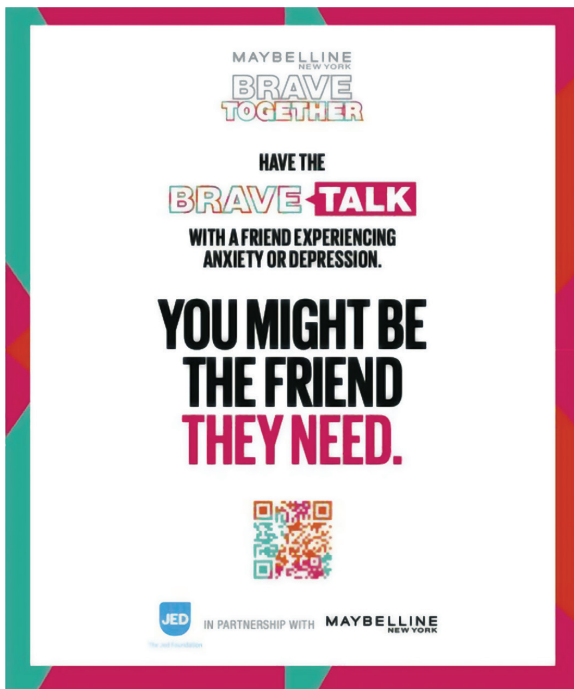
Maybelline: Die Idee zu der globalen Brave Together Initiative entstand, um es mit den Worten von Trisha Ayyagari, dem Global Brand President von Maybelline New York Worldwide, zu sagen, weil „wir unsere globale Stimme nutzen wollen, um das Gespräch über psychische Gesundheit zu entstigmatisieren und Unterstützung leicht zugänglich zu machen“. Wir möchten somit dazu beitragen, die Stigmatisierung von Angststörungen und Depressionen weltweit zu durchbrechen und mit verschiedenen Online-Ressourcen individuelle und professionelle Unterstützung anzubieten. Gleichzeitig möchte die Initiative die Relevanz von Achtsamkeit verdeutlichen und ein Umfeld fördern, in dem unsere Gesellschaft unterstützt und bestärkt wird, offen über Erkrankungen wie Depressionen und Angstzustände zu sprechen. Der Name Brave Together bezieht sich darauf, mutig zu sein, dieses Stigma zu brechen und offen darüber zu sprechen. Je mehr darüber gesprochen wird, desto mehr entfällt das Stigma.

Wie kam es zur Kooperation mit der Stiftung Deutsche Depressionshilfe?

Maybelline: Auf der Suche nach einem professionellen Partner, welcher uns bei der Umsetzung unserer globalen Initiative Brave Together unterstützen kann, sind wir auf die Stiftung Deutsche Depressionshilfe gestoßen. Mit ihr haben wir unsere E-Mail-Adresse bravetogether@deutsche-depressionshilfe.de ins Leben gerufen, an die sich Betroffene und Angehörige wenden können, wenn sie Fragen oder erste Hilfestellungen rund um das Thema Depressionen haben. Durch diese Partnerschaft haben wir die Möglichkeit, an verschiedenen Veranstaltungen mitzuwirken und somit mehr Menschen erreichen zu können. Als Partner der Stiftung Deutsche Depressionshilfe haben wir bspw. am 6. Deutschen Patientenkongress teilgenommen. Wir haben die Möglichkeit, Experten an unserer Seite zu haben, die uns beratend zur Seite stehen und uns weiterbilden, sodass wir die richtigen Informationen nach außen tragen können.



© Stiftung Deutsche Depressionshilfe



5 BRAVE STEPS TO STARTING THE CONVERSATION:

BE PRESENT
RIGHT SETTING
ASK QUESTIONS
VALIDATE FEELINGS
ENCOURAGE ACTION

© Maybelline New York

Was verspricht sich die Stiftung Deutsche Depressionshilfe durch die Kooperation mit Maybelline bzw. welche positiven Veränderungen glauben Sie durch diese Zusammenarbeit hervorrufen zu können – gerade in Bezug auf junge Menschen?

SDD: Durch die Kooperation mit Maybelline New York konnten wir zum einen Menschen mit unserer Aufklärungsarbeit erreichen, die sich vielleicht bisher noch nicht mit der Erkrankung befasst haben, und zum anderen ein konkretes E-Mail-Angebot für Betroffene und Angehörige ins Leben rufen.

Die Aktion läuft in einigen Ländern bereits seit 2020. Was können Sie zu Erfolgen bis dato sagen?

Maybelline: Die Initiative Brave Together wurde 2020 lanciert, die Kooperation mit der Stiftung Deutsche Depressionshilfe besteht seit April 2021. Auf die gemeinsame Zusammenarbeit sind wir sehr stolz. Bis heute haben wir weltweit mit 35 Non-Profit-Organisationen zusammengearbeitet, um mentale Gesundheit für alle zugänglich zu machen. Zudem haben wir bereits über 530.000 Menschen weltweit zu kostenlosem Zugang psychischer Unterstützung verholfen. Wir bieten E-Mail-Angebote für Betroffene und Angehörige an, wodurch sich Menschen aktiv Hilfe suchen können. Zusätzlich haben wir intern ein Upskilling-Programm für unsere Mitarbeiter und Führungskräfte angeboten, welches aus virtuellen Trainings und Aufklärungsarbeit bestand. In Deutschland haben wir bereits im letzten Jahr auf unseren Social-Media-Kanälen (@maybelline_de) ein „Brave Talk“-Format mit Hilfe der psychologischen Psychotherapeutin Rammiya Gottschalk ins Leben gerufen. Hier klärt sie in Instagram-Reel-Formaten unter anderem über die verschiedenen Formen einer Depression auf und gibt hilfreiche Tipps für Angehörige. Insgesamt hat unsere Brave Talk-Reihe 82k Menschen erreicht, 1,5k Likes und 54 Kommentare generiert. Somit konnten wir unsere Reichweite nutzen, um über Themen wie Depressionen und Angstzustände aufzuklären und die Achtsamkeit in der Gesellschaft zu fördern. Im Herbst 2022 startete der Brave Talk an einer Reihe von US-amerikanischen Colleges in New York (NYU, City College, Queens College und Queensborough) und wurde Anfang 2023 weltweit eingeführt. Wir freuen uns über die weltweite Lancierung des Trainingsprogramms. Der Trainingsrahmen basiert auf

einer Marken-Mnemonic, um wichtige Tipps und Schritte für „The Brave Talk“ bereitzustellen.

Die Initiative ist mit Weitblick auf eine Vielzahl an Jahren angelegt. Welche Veränderungen hoffen Sie in den kommenden 10 Jahren hervorrufen zu können?

Maybelline: Im Sinne des Miteinanders und der Förderung eines kulturellen Wandels zur Bekämpfung von Angstzuständen und Depressionen verpflichtet sich Maybelline New York dazu, bis 2025 10 Millionen Dollar in Organisationen für psychische Gesundheit weltweit zu investieren. Zudem haben wir uns das Ziel gesetzt, im selben Zeitraum über eine Million Gespräche zu unterstützen. Insgesamt wollen wir, Angstzustände und Depressionen zu entstigmatisieren und einen zwischenmenschlichen Dialog zu fördern. Langfristig wollen wir vor allem die Möglichkeit schaffen, weitere Hilfsangebote anzubieten, um so vielen Menschen wie möglich einen schnellen Zugang zu dringend benötigter Unterstützung zu verhelfen.

Welche unmittelbare Hilfe wird durch diese Initiative angeboten?

SDD: Durch die Initiative ist ein kostenfreies E-Mail-Angebot für Betroffene und Angehörige entstanden. Über die E-Mail-Adresse bravetogether@deutsche-depressionshilfe.de beantwortet eine Psychologin aus unserem Team Fragen. Wir sind sehr dankbar, auf diesem Weg noch mehr Menschen mit Depression unterstützen zu können.

Wie wichtig sind prominente Botschafter bei Aktionen dieser Art?

SDD: Prominente Stimmen helfen auf das Thema Depression aufmerksam zu machen und geben der Erkrankung zum Beispiel auf Social Media eine Reichweite. Sie zeigen auch: Depression kann alle treffen – egal, ob jemand prominent ist oder nicht. Den Betroffenen wird darüber hinaus deutlich: Du bist nicht allein mit der Erkrankung.

Ich bedanke mich sehr für diese Einsichten in Ihre Arbeit und dafür, mehr über #bravetogether erfahren haben zu dürfen.