



Christian Cohrs

## Im Gespräch mit Christian Cohrs, Redaktionsleiter von BUSINESS PUNK

### **Was bedeutet für Sie die Kosmetikbranche?**

Deo, Duschgel, Shampoo und zu besonderem Anlass auch mal ein Eau de Toilette. Aber im Ernst: Auch wenn ich selbst nur die Klassiker unter den Männerprodukten benutze, finde ich an der Kosmetikindustrie interessant, dass sie Produkte hervorbringt, die Menschen dabei helfen sich selbst zu inszenieren und neu zu erfinden. Außerdem freut es mich, dass die Branche mehr und mehr ganz vielfältige Konzepte von Schönheit aufgreift und abbildet.

### **Verraten Sie uns Ihr Lieblingsmagazin – außer dem, das Sie selbst verantworten.**

Puh, schwere Frage. Tatsächlich habe ich seit längerem ein Heft im Sinn, das es so noch gar nicht gibt, das ich aber unglaublich gerne lesen würde. Mal schauen, vielleicht kann ich es eines Tages tatsächlich selbst „auf die Straße“ bringen.

### **Was können Beauty-Rubriken in Magazinen, das digitale Schmink-Tutorials nicht können?**

Bewegtbild ist wunderbar geeignet, um zu zeigen, wie man ein Produkt benutzt. Und wie nicht. Aber ein Printmedium kann sie so inszenieren, dass beim Leser echte Begehrlichkeit geweckt wird. Das ist zumindest der Ansatz der Beauty-Strecken, die wir uns zweimal im Jahr für BUSINESS PUNK ausdenken.

### **Welche Beauty-Strecke würden Sie gerne einmal machen?**

Vielleicht etwas verkopft, aber ich würde gerne einmal in Fotos ausdrücken, wie sich die eigene Idee davon, was schön ist, über die unterschiedlichen Lebensphasen eines Menschen verändert.

### **Wenn BUSINESS PUNK ein Beauty-Produkt wäre, welches wäre das?**

Vermutlich der neue Haarschnitt samt zugehörigen Styling-Produkten. Denn es geht bei uns darum, die Leser zu inspirieren, den Status Quo infrage zu stellen und sie zu ermuntern, sich einmal radikal neu zu erfinden.

**Was ist Ihnen wichtiger – Fashion oder Beauty?**

Als Magazin, das vor allem eine männliche Zielgruppe anspricht, ist Mode quasi die Pflicht und Parfüms und Pflege sind die Kür. Und wie beim Eiskunstlauf sorgt erst beides zusammen für einen begeisternden Auftritt.

**Was ist Ihr Lieblingslook in diesem Sommer?**

Auf jeden Fall etwas, das farblich auffällt! Nicht (nur), weil bunt trendy ist, sondern weil man sich besser auffällig kleidet, wenn man im Berliner Stadtverkehr mit dem Rad unterwegs ist ...

**Wofür geben Sie gern Geld aus?**

Für gutes Essen. Am liebsten von anderen zubereitet.

**Ihr Lieblings-Kosmetikprodukt?**

Die klassische Nivea-Creme begleitet mich seit frühester Kindheit durchs ganze Jahr – und schützt meine Haut sowohl gegen die tückische Heizungsluft im Winter als auch die Strapazen, die eine quirlige Metropole wie Berlin ihr mitunter im Sommer zumutet.  
#feinstaub

**Wofür geben Sie gern Geld aus?**

Für gutes Essen. Am liebsten von anderen zubereitet.

**Ihr letzter Lust-/Luxuskauf?**

Das muss ich eher handfest als glamourös beantworten: Eine neue Autobatterie für meinen bald 20 Jahre alten Mazda MX5, den ich als Stadtbewohner natürlich überhaupt nicht brauche, den ich mir aber als Luxus für gelegentliche Roadtrips gönne.

**Wem würden Sie Ihren Job gern mal für einen Tag anvertrauen?**

Sich selbst. Mich würde mal interessieren, was für ein Heft die Kollegen machen würden, während ich irgendwo am Strand in der Sonne liege.

**Drei Eigenschaften eines guten Redaktionsleiters?**

Optimismus, Ehrlichkeit und diplomatische Kreativität beim Vermitteln zwischen den unterschiedlichsten Interessen, die an ihn herangetragen werden.

vke

---

KOSMETIKVERBAND

VKE-KOSMETIKVERBAND · Unter den Linden 42 · 10117 Berlin  
Telefon: +49 (0) 30.20 61 68-22 · Telefax: +49 (0) 30.20 61 68-722 · E-Mail: [info@kosmetikverband.de](mailto:info@kosmetikverband.de)  
[www.kosmetikverband.de](http://www.kosmetikverband.de)  
Pressebüro ANTJE BRÜNE · E-Mail: [info@presse-bruene.de](mailto:info@presse-bruene.de)

vke