



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

**„Wie wichtig sind innere Werte wirklich?“  
Zur Relevanz des Aussehens in der Altersgruppe der 20- 40 Jährigen**

Verfasserin

Daniela Pfaffeneder

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften  
(Mag. rer. soc. oec)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:	A 121
Studienrichtung lt. Studienblatt:	Soziologie (sozial- und wirtschaftswissenschaftlich)
Betreuer:	Ao.Univ.-Prof. Dr. Anselm Eder



Eidstattliche Erklärung:

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst habe. Ich habe keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt. Ich habe die Arbeit bzw. Teile der Arbeit weder im In- noch im Ausland einem Beurteiler bzw. einer Beurteilerin in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt.

Ich versichere, dass die von mir eingereichten Exemplare (ausgedruckt und elektronisch) identisch sind.

Wien, April 2012

Daniela Pfaffeneder



## **Danksagung**

Mein herzlichster Dank richtet sich an:

- Bernadette Stiebitzhofer, die mir mit ihren aufbauenden Worten während der letzten Monate des Diplomarbeitsschreibens zur Seite gestanden ist.
- Martina, Bernadette und Antonia, die diese Arbeit Korrektur gelesen haben.
- Hanna Silbermayr, die mir geholfen hat, das Layout für des Lesers/ der Leserins Augen freundlich zu gestalten.
- Carina, Shizz, Hanna, Miriam und Daria, für die mentale Unterstützung.
- meinen Studienkollegen Georg, David und Franz, die mir durch wertvolle fachliche Hinweise geholfen haben, die Arbeit methodisch gehaltvoll zu gestalten.
- meinem Marathon Schreibteam Teresa, Ana-Sofia, Marc und Marcel für all die aufmunternden Gespräche in den Schreibpausen.
- meinen Eltern, insbesondere meiner Mutter Andrea Pfaffeneder, die mich in turbulenten Zeiten auf den Boden der Realität zurückholen konnte.
- meinem Betreuungsprofessor Ao.Univ.-Prof. Dr. Anselm Eder der mich mit seine kritischen Fragen zwar oft aus dem Konzept brachte, mich aber durch seine wertvollen Hinweise schlussendlich auf den richtigen Weg geführt hat.
- zu guter Letzt allen, die durch die Beantwortung des Fragebogens, das Entstehen dieser Arbeit erst möglich gemacht haben.



# Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	3
2. Theoretischer Teil.....	7
2.1 Begriffsbestimmungen innerhalb der Körperforschung.....	7
Das Körperschema.....	7
Das Körper-Selbst.....	8
Das Körperbild.....	9
Das Selbstkonzept.....	11
2.2 Der Body Mass Index.....	13
2.3 Teenager – Begriffsbestimmung.....	15
2.4 Der Wandel der Relevanz des Äußeren.....	16
Der Faktor Entwicklung/Erfindung.....	16
Der Faktor Zeit.....	18
Der Faktor Werthaltung.....	19
Der Faktor Zeitgeist.....	19
Der Faktor Markt.....	21
Der Faktor Mode und Schönheitschirurgie.....	24
2.5 Das Schönheitsideal.....	25
Schönheitsideal und Medien.....	33
2.6 Körperunzufriedenheit.....	37
2.7 Der Nutzen von Schönheit.....	41
3. Empirischer Teil.....	45
3.1 Forschungsmethode.....	45
3.2 Forschungsinteresse.....	49
3.3 Stichprobenbeschreibung.....	50
3.4 Überprüfung der zentralen Forschungshypothese.....	54
Unzufriedenheit mit der Figur.....	56
3.5 Die vier Typen allgemein.....	58
Typenbildung.....	58
Die finalen vier Typen.....	61
Typ 1 – Die Bemühte.....	63
Typ 2 – Die Genügsame.....	74
Typ 3 – Der Körperbewusste.....	81
Typ 4 – Der Gleichgültige.....	89
4. Konklusion.....	98
5. Anhang.....	101
5.1 Fragebogen.....	101
5.2 SPSS-Output.....	109
5.3 Abstract.....	152
Deutsch.....	152
Englisch.....	153
5.4 Lebenslauf.....	154
5.5 Abbildungsverzeichnis.....	156
5.6 Literaturverzeichnis.....	157



# 1. Einleitung

Das Thema dieser Arbeit entstand aus einer ständig wiederkehrenden Alltagssituation. Regelmäßig kann man Personen, zumeist FreundInnen und Bekannte, beobachten, wie sie sich kritisch im Spiegel betrachten oder um eine Beurteilung ihres Aussehens bitten. Menschen, die sich permanent mit ihrem Körper auseinandersetzen, indem sie beispielsweise Tag für Tag mit dem Gedanken beschäftigt sind, wie viel und was sie essen dürfen oder ob das selbst auferlegte Sportpensum schon erreicht ist, um die letztendlich doch nie erreichbare Idealfigur zu erlangen. Kurzum Individuen, für die das Aussehen und insbesondere der Körper unglaublich relevant für das eigene psychische Wohlbefinden sein kann. Damit ist hier aber nicht der gesunde, funktionale, schmerzfreie Körper gemeint, sondern die Figur an und für sich. Dass der Körper eine wichtige Rolle im Leben jedes Menschen spielt, ist unbestritten. Doch ist er nicht nur Mittel zum Zweck, das heißt, dass das Körperbewusstsein und das Beschäftigen mit dem eigenen Körper vielfach über die Erhaltung der Gesundheit und Funktionstüchtigkeit hinausgeht. Der Körper als Medium, als Schnittstelle zur Welt, ist viel mehr als bloße Materie. Er ist in einem mehr oder weniger großen Ausmaß daran beteiligt, wie wir uns selbst wahrnehmen beziehungsweise wie wir von unserer Umwelt wahrgenommen werden. Demnach *„[g]ehören unsere physischen Charakteristika zu unserem äußeren Selbst, aber auch unsere soziale Identität und unsere Dispositionen.“* (Steins 2007: 19, zit. nach Rosenberg 1986)

Manche Menschen identifizieren sich jedoch stärker über ihr Äußeres und ihren Körper als andere. So spielt laut Steins das geistige Stadium, in dem sich der Mensch befindet, eine Rolle dabei, wie dieses „äußere Selbst“ vom einzelnen Individuum nach außen hin dargestellt wird. (vgl. Steins: 2007: 19)

Im Unterschied zu den im Einstieg thematisierten Individuen, gibt es nämlich auch solche Personen, die sich kaum um ihr Aussehen kümmern, die praktisch keinen Wert auf Sport und Ernährung legen. Welche Faktoren könnten nun diesem diversen Zugang zum eigenen Körper zugrunde liegen?

Um dieser Frage auf den Grund zu gehen, wurden sechs qualitative Interviews mit der Fragestellung „Wie zufrieden bist du mit deinem Körper“ und dem Ziel Aufschluss über die Relevanz des Körpers der einzelnen Personen zu erlangen, durchgeführt. Bei der anschließenden Analyse war schließlich festzustellen, dass sich die Zufriedenheit, aber vor allem die Wichtigkeit der Figur bei einigen RespondentInnen im Laufe ihres Lebens erheblich verändert hat.

Dass der Mensch im Zuge des Erwachsenwerdens auf immer mehr Möglichkeiten zurückgreifen kann, um sich selbst nach außen zu präsentieren und sich im Grunde nicht mehr einzig und allein über den Körper definieren muss, geht nicht nur aus den explorativ-qualitativen Interviews hervor, sondern lässt sich auch in der Literatur wiederfinden.

*„[W]erden Kinder danach gefragt, wer sie selbst sind, dann nennen sie überwiegend körperliche Merkmale wie Augenfarbe, Haarfarbe, Körpergröße und -gewicht oder Körperstärke (Steins 2007: 19, zit. nach Livesley & Bromley, 1973). Dieses Erleben des Selbst über eine körperliche Dimension tritt zugunsten einer psychologischen Definition und Darstellung immer mehr in den Hintergrund. Am Ende dieser Entwicklung denken wir, nur noch wir selbst wissen, wer wir wirklich sind: Wir sind Experten unserer selbst geworden. Der Körper, als soziales Medium und damit für alle sichtbar und zuzuordnen, verliert für unsere Selbstdarstellung an Bedeutung.“ (Steins 2007: 19)*

Im Zuge der menschlichen Entwicklung lässt sich ein natürlicher Lernprozess oder anders ausgedrückt, eine Weiterentwicklung erkennen. So definiert man sich in der Regel mit der Zeit nicht mehr wie im Kindesalter über äußere Merkmale, sondern lernt sich selbst charakterisierende Eigenschaften zuzuschreiben, die sich Zeit des Lebens durch persönliche Erfahrungen und gesellschaftliche Einflüsse herausgebildet haben. Eine logische Schlussfolgerung wäre demzufolge, dass die Relevanz des Äußeren stark reduziert beziehungsweise stark in den Hintergrund gedrängt würde, denn *„[e]igentlich ist die Identität von Personen nicht gleich die Identität von Körpern.“ (Steins 2007: 13, zit. nach Williams 1973)*

Durch den Erwerb von sozialen Kompetenzen, wie zum Beispiel Empathiefähigkeit, Verantwortung, Kommunikationsfähigkeit oder emotionale Intelligenz, sowie von fachlichen Fähigkeiten, scheint es naheliegend, dass das Äußere nicht mehr einzig und allein identitätsstiftend sein kann.

Basierend auf diesem wissenschaftlichen Hintergrund wird von der These ausgegangen, dass der subjektive empfundene Stellenwert des Äußeren zwischen dem Teenager- und dem Erwachsenenalter generell sinkt. Weiters gestaltet und begründet sich dieser Prozess bei den verschiedenen Individuen unterschiedlich.

In einem weiteren Schritt soll untersucht werden, warum sich diese Veränderung der Wichtigkeit des Äußeren bei manchen Menschen auch im Erwachsenenalter nicht einstellt, welche Faktoren diesen Prozess hemmen oder gar verhindern. Mithilfe von Literatur, eigenen Überlegungen und qualitativen Interviews wird ein Fragebogen entwickelt, der nach Auswertung der gewonnenen Daten dazu dienen soll, mögliche Ursachen aufzuzeigen und aufgestellte Hypothesen quantitativ zu überprüfen. Neben der Erhebung der subjektiven Empfindung der Wichtigkeit des Äußeren heute wird durch retrospektive Fragestellungen versucht festzustellen, wie, ob und vor allem warum sich diese seit der Teenagerzeit gewandelt hat. Diese Hypothese soll im Zuge der vorliegenden Arbeit überprüft werden.

Als weitere Vorgehensweise wird die Beschäftigung mit dem theoretischen Hintergrund über die Wichtigkeit der Figur in der heutigen Zeit gewählt. In diesem Zusammenhang setzt sich die Arbeit unter anderem mit verschiedenen Ansätzen zum Schönheitsideal, seinem Bestehen, seiner Legitimation, und seinen Funktionen in der heutigen westlichen Gesellschaft, auseinander. Zentral dabei ist der Wandel der Relevanz des Äußeren im kapitalistischen Zeitalter.

Untersucht werden außerdem relevante Begrifflichkeiten rund um die Körperforschung aus interdisziplinärer Sicht, die in den verschiedenen Forschungsdisziplinen diffus zum Ausdruck kommen. Besonderer Fokus liegt dabei auf der Herausbildung der eigenen Körperwahrnehmung hinsichtlich gesellschaftlicher und kultureller Einflüsse.

In diesem Zuge werden vier verschiedenen Typen gebildet, die im empirischen Teil der vorliegenden Arbeit auf Basis der gewonnenen Daten einer Fragebogenerhebung, unter anderem zu den Bereichen Körperbild, Körpermodifikation und finanzielle Ausgaben, beschrieben werden. Anhand der unterschiedlichen Einstellungen und Handlungen dieser Typen werden im Weiteren Rückschlüsse auf die eben genannten Einflüsse und ihre Auswirkungen im Bezug auf die Selbstwahrnehmung und das Schönheitshandeln gezogen.

## **2. Theoretischer Teil**

### **2.1 Begriffsbestimmungen innerhalb der Körperforschung**

Die in der vorliegenden Arbeit verwendeten Begriffe, welche die Beziehung des Menschen zum eigenen Körper und im weiteren Sinne zu sich selbst, näher beschreiben, werden oftmals unterschiedlich definiert beziehungsweise in wissenschaftlichen Untersuchungen angewendet. Um eine Fehldeutung, ausgelöst durch die teils diffuse Handhabung der Begriffe, auszuschließen, wird in Folge auf ebendiese Termini eingegangen. Es soll ein klarer Überblick über diesen Forschungsbereich geschaffen werden, der auch im weiteren Verlauf der Arbeit aufgegriffen werden wird.

Norbert Kluge ordnet die Begriffe einem „wahrnehmungspsychologische[n]“ sowie einem „persönlichkeitspsychologische[n] Ansatz“ zu. (Kluge et al. 1999: 15)

Der „wahrnehmungspsychologische Ansatz“ beinhaltet den Begriff „Körperschema“. Zu den Termini die der „persönlichkeitspsychologische Ansatz“ umfasst, zählen Ausdrücke wie etwa „Körperbild“, „Körperselbst“, „Körperkonzept“ sowie „Selbstkonzept“. Beginnend mit dem „Körperschema“ soll nun auf die einzelnen Bezeichnungen genauer eingegangen werden.

#### **Das Körperschema**

Der Terminus „Körperschema“ (Kluge et al. 1999: 15), der zu Beginn des 20. Jahrhunderts durch Untersuchungen von den britischen Neurologen Sir Henry Head und Gordon Holmes geprägt wurde (vgl. mbechstein.de), wird wie oben bereits erwähnt, dem „wahrnehmungspsychologische[n] Ansatz“ (Kluge et al. 1999: 15) zugeschrieben. Hierbei handelt es sich um „ein mentales Konstrukt, das sich auszeichnet durch ein ständiges Gefühl, einen Körper zu bewohnen, der in eine größere Welt eingebettet ist[,]“ (vgl. mbechstein.de) also um eine Betrachtung des Körpers aus physiologischer sowie neurologischer Sicht. So wurde dieser Begriff vor allem durch Untersuchungen von Phantomschmerzen bekannt, welche auf eine Körperschemastörung hinweisen. (vgl. Kluge et. al 1999: 15)

## Das Körper-Selbst

„[U]nter Körper-Selbst wird die klar von der Umwelt abgegrenzt erlebte Körper-Selbst-Einheit verstanden, in die die Körpererfahrungen und Körpervorstellungen integriert sind.“ (Kluge 1999: 15, zit. nach Vogt 1994: 44) Es durchläuft in seiner Entstehung drei Entwicklungsphasen, die fließend ineinander übergehen. Die erste Phase beinhaltet das Erfahren der Grenzen des Körpers. Hierbei spielt der Kontakt mit anderen Personen eine wesentliche Rolle, da beispielsweise Berührungen zu ebendieser Entwicklung beitragen. Somit steht fest, dass Körperkontakt in dieser Phase, also im Säuglingsalter, wichtig für die weitere Entwicklung ist.

„[I]n diesem Stadium gibt es also bereits soziale Voraussetzungen, die, sind sie nicht gegeben, es schwer für einen neugeborenen Menschen machen, zu bestimmen, was von innen kommt, was von außen kommt, wo der Körper beginnt und wo er aufhört.“ (Steins 2007: 24)

Der Vorgang des Lernens beziehungsweise Kennenlernens der eigenen Körpergrenze geht direkt in die zweite Phase über, in der es gilt, diese Körpergrenze als Trennungslinie zwischen sich und der Umwelt zu definieren.

„[S]o entsteht ein rudimentäres Verständnis der sozialen Welt, es gibt Ich und Nicht-Ich. Unsere Körpererfahrungen werden runder und mehr und mehr in Beziehung zu uns selbst gesetzt.“ (Steins 2007: 24)

Während der letzten Entwicklungsphase, mit der das Entstehen des Körper-Selbst abschließt, „wird die Definition des Körper-Selbst durch die Fähigkeit zur Selbstaufmerksamkeit weiterentwickelt“ und steht somit auf der Stufe des Körperbildes. Ein positives Körperbild hat seine Wurzeln demnach bereits im frühen Kindesalter verankert. Welche Merkmale der Begriff Körperbild beschreibt und welche Bedeutung er für den Menschen hat beziehungsweise welche Störungen auftreten können, wird nun erläutert.

## Das Körperbild

Das Körperbild, das dem „persönlichkeitspsychologischen[n] Ansatz“ (Kluge 1999:15) zuzuordnen ist, stellt, ausgehend vom Körperschema, einen Zusammenhang mit der Persönlichkeit her. Der österreichisch-amerikanische Neurologe Paul Schilder, der diesen Terminus hervorbrachte, beschreibt das Körperbild, im Englischen auch body-image genannt, als „*[t]he picture of our own body which we form in our mind, that is to say, the way in which the body appears to ourselves.*“ (Steins 2007: 16, zit. nach Schilder 1950: 11)

Auch David Krueger, der das Konzept um die einzelnen Teile des Körpers und ihre Funktionen erweitert, kommt auf eine ähnliche Definition des Körperbildes und beschreibt dieses als „*[c]umulative set of images, fantasies, and meanings about the body and its parts and functions*“ (Krueger 2002: 31). Die Überlegung, die der Untersuchung des Körperbildes zugrunde liegt, ist folgende:

*„[W]hen we perceive or imagine an object, or when we build up the perception of an object, we do not act merely as a perceptive apparatus. There is always a personality that experiences the perception.“ (Schilder 1999: 15)*

Diese Veranschaulichung verleiht dem Körperbild eine auf die Persönlichkeit des Menschen bezogene Bedeutung, in der auch die Einflüsse der im Laufe des Lebens erworbenen, subjektiven Erfahrungen und Erinnerungen Platz finden. (vgl. Kluge et al. 1999: 15) Somit schließt das Körperbild im Gegensatz zum Begriff Körperschema eine Sichtweise, die einzig und allein den materiellen Aspekt des Körpers umfasst, aus. In anderen Worten steht der Terminus „Körperbild“ (Kluge 1999: 15) für „*[d]ie Vorstellungen, Überzeugungen, Sichtweisen und Haltungen zum eigenen Körper und stellt eine Ergänzung zum Körperschema dar.*“ (vgl. mbechstein.de)

Das komplexe Konstrukt des Körperbildes, bei dem „*[d]ie subjektive Einordnung und Bewertung der Körpererfahrungen und die mit dem Körper verbundenen Einstellungen [...] im Mittelpunkt des Interesses*“ (Steins 2007: 16) stehen, wird aus den Komponenten Körperbewusstsein, Körperausgrenzung, Körperbesetzung und Körpererleben gebildet, welche nun näher erläutert werden.

Unter Körperbewusstsein versteht man „[d]ie psychische Repräsentation des Körpers oder seiner Teile im eigenen Bewusstsein bzw. die auf den Körper gerichtete Aufmerksamkeit“ (Marlock/Weiss 2007: 892), also die Wahrnehmung des eigenen Körpers. Der Begriff Körperausgrenzung beschreibt, in welchem Ausmaß man sich von seiner Umgebung abgegrenzt empfindet „[d].h. das Erleben der Körpergrenzen als deutlich von der Umwelt unterschieden, was z.B. bei psychotischen Menschen verzerrt ist.“ (Marlock/Weiss 2007: 892)

Der Terminus Körperbesetzung beinhaltet die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper und dessen Funktionen. (vgl. Hölter 2011: 264) Der Begriff Körpererleben beschreibt, wie man sich selbst im Umgang mit anderen Menschen erlebt. (vgl. Steins 2007: 4)

Das Körperbild wird vom gesellschaftlichen Umfeld beeinflusst. Im Falle eines negativen Einflusses kann es zu Störungen des Körperbilds kommen, welche nun erörtert werden sollen.

*„[O]bwohl physisch gesund und in ihrem Körperäußeren unauffällig, leiden viele junge Menschen unter einem gestörtem [sic!] Körperbild. Für dessen Entwicklung ist die soziale und persönliche Bewertung der Figur mit verantwortlich, welche derzeit im Vergleich mit dem aktuellen Körperleitbild vorgenommen wird. Dieses ist streng normiert, so daß [sic!] die biologische Variabilität der menschlichen Figur in ihm nicht berücksichtigt ist.“*  
(Daszkowski 2003: 13)

Dieses vor allem durch die Medien propagierte Idealbild, trägt einen beachtlichen Teil zur Problematik der Körperbildstörungen bei. Inwiefern und in welchem Ausmaß die Medien Einfluss üben, wird im Kapitel „Schönheitsideal und Medien“ näher betrachtet. Körperbildstörungen entwickeln sich aus dem Vergleich zwischen den präsentierten Körpern, die oftmals ein unrealistisches, wenn nicht sogar unerreichbares Ideal verkörpern, und dem eigenen. Dieser Vergleich lässt bei den Betroffenen ein Gefühl der Minderwertigkeit entstehen. Wird dieses Gefühl durch ein niedriges Selbstwertempfinden verstärkt, spricht man von einer subklinischen Körperbildstörung.

„[W]enn eine ausgeprägte depressive Symptomatik mit Sozialphobie bzw. schweren Eßstörungen [sic] vorliegt[,]“ (Daszkowski 2003: 14) handelt es sich um eine klinische Körperbildstörung, die mit einer Körperschemastörung, also einer verfälschten Sicht auf den eigenen Körper, in Verbindung steht. (vgl. Daszkowski 2003: 13ff.)

## **Das Selbstkonzept**

Der Begriff Selbstkonzept drückt die beschreibende Wahrnehmung der eigenen Person aus. *Es „[e]ntspricht, vereinfachend ausgedrückt, einem internen Modell oder einer naiven Theorie einer Person über sich selbst.“* (Pühse/ Gerber 2005: 28, zit. nach Heim 1997). Diese Selbstwahrnehmung wird zum einen, wie auch oben beim Begriff Körper-Selbst bereits beschrieben, durch das Umfeld sowie subjektive Erfahrungen beeinflusst. Das Selbstkonzept an sich hat somit Einfluss auf das Handeln, welches wiederum Veränderungen an der Selbstwahrnehmung bewirkt. *„[I]m Grunde schöpft das Selbstkonzept seinen Wert aus dem Potenzial zur Erklärung und Vorhersage von Verhaltensweisen.“* (Pühse/ Gerber 2005 :28)

Die Gliederung des generellen Selbstkonzeptes nach Shavelson et al. (1976) teilt dieses in einen akademischen sowie einen nicht-akademischen Bereich. Zum akademischen Bereich zählen sämtliche Wissenschaften, während der nicht-akademische Bereich soziale Umstände als auch Kompetenzen umfasst. (vgl. Pühse/ Gerber 2005: 28) Die Bedeutung des Selbstkonzeptes und deren Auswirkungen auf die Lebensqualität des Menschen, erstrecken sich also auf einen weiten Bereich. So ist ein unausgewogenes Selbstkonzept oftmals mit krankhaften Veränderungen des seelischen Gleichgewichts und Depressionen in Verbindung gebracht. (vgl. Pühse/ Gerber 2005: 29).

Als Teil des Selbstkonzeptes liegt das Hauptaugenmerk des Körperkonzeptes auf der Sicht des eigenen Körpers.

*„[E]s enthält die selbstbezogene Betrachtungsweise des individuellen Körpers und auf den Körper bezogene Handlungsstrategien, die sich altersgemäß und geschlechtsspezifisch im Laufe der Entwicklung der Person herausgebildet haben.“* (Kluge et al. 1999: 17)

Es stellt einen wichtigen Teil des Selbstkonzeptes dar und setzt sich zusammen aus der „[G]esamtheit der körperbezogenen-Kognitionen, Bewertungen und Handlungsplänen [...], die jedes Individuum im Hinblick auf seinen Körper sowie dessen Teile, Funktionen und Fähigkeiten entwickelt“ (Mrazek 1987: 1). Das Körperkonzept ist dem Begriff des Körperbildes sehr ähnlich beziehungsweise wird es zum Teil identisch verwendet. (vgl. Mrazek 1987)

## 2.2 Der Body Mass Index

Der Body Mass Index ist eine Maßzahl, welche die Relation zwischen Körpergröße und Körpergewicht ausdrückt. Der damalige Präsident des statistischen Komitees in Belgien, Lambert Adolphe Jacques Quetelet, wollte ein geeignetes Maß für die Beschreibung des Gewichts der Bevölkerung entwickeln und kam so auf folgende Formel: Körpergewicht in Kilogramm geteilt durch Körpergröße in Meter zum Quadrat. (vgl. Steins 2007: 41) Den auf diese Art errechneten BMI klassifiziert die Weltgesundheitsorganisation WHO nach untenstehender, international gültiger Tabelle:

Klassifizierung	BMI (m/l <sup>2</sup> )	
	Hauptgrenzpunkte	zusätzliche Grenzpunkte
Untergewicht	<18.50	<18.50
starkes Untergewicht	<16.00	<16.00
mäßiges Untergewicht	16.00-16.99	16.00-16.99
leichtes Untergewicht	17.00-18.49	17.00-18.49
Normalgewicht	18.50 – 24.99	18.50-22.99
		23.00-24.99
Übergewicht	≥ 25.00	≥ 25.00
prä- adipös	25.00 – 29.99	25.00-27.49
		27.50-29.99
adipös	≥ 30.00	≥ 30.00
adipös Klasse I	30.00 -34.99	30.00 – 32.49
		32.50 – 34.99
adipös Klasse II	35.00 – 39.99	35.00 – 37.49
		37.50 – 39.99
adipös Klasse III	≥ 40.00	≥ 40.00

Tabelle1: ([apps.who.int/bmi/index](http://apps.who.int/bmi/index)) Source: Adapted from WHO, 1995, WHO, 2000 and WHO 2004.

Jedoch werden die Klassifizierungen des BMIs von diversen Autoren unterschiedlich vorgenommen. Nach Gisela Steins handelt es sich bei Personen mit einem BMI unter 20 um Untergewichtige, während man bis zu einem BMI von 26 dem Normalgewicht entspricht. Die WHO hingegen, wie in obenstehender Tabelle klar ersichtlich ist, setzt diese Werte deutlich niedriger an. Außerdem ist diese Art der Berechnung an sich

umstritten, da auch Faktoren wie Alter, Geschlecht oder Körperfettanteil berücksichtigt werden müssten, um auf genauere Ergebnisse zu kommen. (vgl. Steins 2007: 42) Susie Orbach etwa bezeichnet den BMI als ein „krudes Maß“ und erachtet die, dem Body Mass Index zugemessene Bedeutung, in der heutigen Zeit als problematisch. (vgl. Orbach 2010: 127) So wurden, als die WHO den BMI für Übergewicht auf Druck von der International Obesity Task Force auf 25 heruntersetzte, Menschen die bis dato in die Kategorie Normalgewicht zählten, mit einem Mal als übergewichtig eingestuft.

*„[D]ie Studien, die behaupten, dass in den USA jährlich 365 000 Menschen der Tod durch Fettleibigkeit drohe, dass bereits jedes dritte Kind adipös und ein BMI unter 25 optimal sei, sind allesamt als reine Erfindung entlarvt worden.“  
(Orbach 2009: 128)*

Es gibt demzufolge Nachweise dafür, dass ein BMI von 27,5, der heutzutage in die Kategorie prä-adipös fällt, das für die Gesundheit günstigste Gewicht sei. Weiters stellt die Psychotherapeutin fest, dass übergewichtige Menschen, die Sport betreiben, eine geringere Sterblichkeitsrate aufweisen als schlanke Menschen, die sich nicht sportlich betätigen. (vgl. Orbach 2009: 131)

Obwohl es sich hierbei um eine umstrittene Messmethode handelt, findet diese auch in vorliegender Arbeit unter kritischer Betrachtung Anwendung. Gründe hierfür sind einerseits die einfach durchführbare Berechnung und andererseits die gute Vergleichbarkeit mit anderen Studien, durch die sich diese Maßzahl schlussendlich auszeichnet.

## 2.3 Teenager – Begriffsbestimmung

Die Lebensphase zwischen der Kindheit und dem Erwachsenenalter wird in der Soziologie nicht nur unterschiedlich benannt, sondern sie ist auch zeitlich nicht klar abgrenzbar. Dies wird bereits ersichtlich, wenn man die unterschiedliche Darstellung dieser Zeitspanne durch die Soziologen Klaus Hurrelmann und Albert Scherr betrachtet. Zwar teilen beide die so genannte Jugendphase in 3 Abschnitte, doch sind weder die Bezeichnungen, noch die Lebensjahre identisch definiert.

Hurrelmann	Scherr
frühe Jugendphase 12-17 Jahre	pubertäre Phase 12-18 Jahre
mittlere Jugendphase 18-21 Jahre	nachpubertäre Phase 19 -21 Jahre
späte Jugendphase 22-27 Jahre	junge Erwachsene 22-29 Jahre

Tabelle 2: (vgl. Scherr 2009: 28; Hurrelmann 1994: 41)

Laut Definition der Vereinten Nationen gelten Personen im Alter von 15 bis einschließlich 24 Jahren als Jugendliche. „[D]a die Entwicklungsstufen gerade in diesem Lebensabschnitt „auf soziologischer, psychologischer und gesundheitlicher Ebene stark differieren“ (Moser 2010: 34) wird diese Gruppe in 2 Subkategorien unterteilt. Mit dem Begriff Teenager, der aus dem Englischen stammt und sich aus den Wörtern „zehn“ und „Alter“ zusammensetzt, bezeichnet man alle Jugendlichen, die zwischen 13 und 19 Jahre alt sind. Personen im Alter von 20 bis 24 Jahren gelten als junge Erwachsene. (vgl. Moser 2010: 34) Der im Fragebogen verwendete Terminus Teenager entspringt dem alltäglichen Sprachgebrauch und wurde absichtlich nicht zeitlich eingegrenzt,

*„[d]enn bloße Festlegungen von Altersbegrenzungen sind nur ein Hilfsmittel für die Forschungspraxis [...] sie sind nicht hinreichend um Jugend von der Kindheit und vom Erwachsenenalter begründet zu unterscheiden.“ (Scherr 2009: 17)*

Den RespondentInnen ist somit selbst überlassen, wie sie den Begriff Teenager, gänzlich auf den eigenen Entwicklungsstand während dieses Zeitabschnittes abgestimmt, einschätzen.

## 2.4 Der Wandel der Relevanz des Äußeren

Ein zentrales Thema dieser Arbeit stellt der Stellenwert des Aussehens, insbesondere hinsichtlich der Figur der Menschen der westlichen Gesellschaft am Beispiel Österreich, dar. Wie später im empirischen Teil ersichtlich, ist der eigene Körper im Bezug auf seine Erscheinung ein wichtiger Bestandteil im Leben des Einzelnen. Dass die Figur für die meisten relevant ist, war aber nicht immer so, denn in früheren Zeiten wurde der Körper als gegeben betrachtet und auch so akzeptiert. Orbach begründet dies mit dem „*neuen Imperativ schön zu sein*“, der uns von allen Seiten, hauptsächlich jedoch von den Medien, unentwegt suggeriert wird. (vgl. Orbach 2010: 169) Abgesehen vom Faktor Medien, der im Kapitel „Schönheitsideal und Medien“ behandelt wird, werden in diesem Kapitel weitere mögliche Ursachen für diesen Umstand beleuchtet.

### Der Faktor Entwicklung/Erfindung

Im Mittelpunkt dieses Unterkapitels stehen vier technische Neuerungen, die laut Otto Penz und Wolfgang Pauser dazu geführt haben, den Körper wichtiger werden zu lassen. Ausgehend von der Behauptung, *»die Bedeutung des äußeren Anscheins nimmt mit seiner Reproduzierbarkeit zu«*, (Posch 2009 :185 zit. nach Penz 1995:15; Penz/ Pauser: 2005) soll nun auf eben genannte Erfindungen eingegangen werden.

Es handelt sich zum Ersten um großflächige Spiegel, zum Zweiten um die Fotografie, zum Dritten um den Film und zu guter Letzt als vierte Neuerung, die dazu führte, dass die Relevanz des Äußeren gestiegen ist, um die Personenwaage. Mithilfe dieser Innovationen wurde es plötzlich möglich, nicht nur den eigenen Körper selbst genau betrachten zu können, sondern auch ihn öffentlich, massenwirksam darzubieten. Weiters ermöglichen sie eine *„visuelle Selbstreflexion und damit den Aufbau einer Körperidentität.“* (vgl. Posch 2009: 185)

Da bis zum Ende des 19. Jahrhunderts der Gebrauch von Handspiegeln Usus war, wurde der Körper vorwiegend für die Anderen und weniger für einen selbst sichtbar. Erst mit

der Verbreitung von Spiegeln, die groß genug waren, um den eigenen Körper in voller Größe zu begutachten, wurde es möglich, ihn, wenn auch spiegelverkehrt, vollständig visuell zu erfassen. (vgl. Posch 2009: 186) Damit wurde laut Penz und Pauser

*„[...]eine neue Art der Selbstwahrnehmung, eine Umstellung der persönlichen Identität eingeleitet. Der Spiegel ist eine Beobachtungsinstanz, er stellt ein imaginäres Publikum dar. Er »verlagert die Schönheitsnorm ins Individuum. Insofern steht er am Beginn eines Individualisierungsprozesses.« (Posch 2009: 186 zit. nach Penz/Pauser 1995: 104)*

Doch ist es nicht nur der großflächige Spiegel, der die genaue Betrachtung des eigenen Körpers möglich macht. Die Fotografie, die es darüber hinaus auch noch ermöglicht, die Form des Körpers nicht nur festzuhalten, sondern auch noch zu vervielfältigen, zählt, ebenso wie der Film, zu den „*Techniken der Selbstvergewisserung*“. Letzt genannter ist sogar im Stande, Bewegungsabläufe des Körpers aufzuzeichnen und zu reproduzieren.

Durch Film und Fotografie wurde es außerdem erstmals möglich, ein Schönheitsideal für die breite Masse zugänglich zu machen. Die Personenwaage, die in den zwanziger Jahren des 19. Jahrhunderts zum allseits gekauften Gebrauchsgegenstand wurde, rundet das Bild der möglichen neuen Wahrnehmung des Körpers ab. Mit ihr ist nämlich auch noch der genauen Kontrolle der Entwicklung der Körpermasse Einzug gegeben. (vgl. Posch 2009: 186) Diese „maximale Sicht auf den Körper“ bewirkt laut Posch zweierlei:

*„[E]rstens bedeutet maximale Sicht auf den Körper, dass dieser seiner letzten Geheimnisse beraubt wird. Alles, jede Bewegung und Veränderung wird nachvollziehbar. Zweitens werden durch größtmöglichen Blick auch kleinste Defekte des Körpers offenbar. Jeder Mangel an Schönheit kann festgehalten, bewiesen, verglichen und kategorisiert werden.“ (Posch 2009: 186)*

Laut Otto Penz und Wolfgang Pauser bewirkt diese allumfassende Beobachtungsmöglichkeit ein massenhaftes Streben nach Schönheit. (vgl. Penz 1995: 23) Ganz besonders die durch die Medien verbreiteten Abbildungen schöner Körper erhöhen den Wettbewerb um „*optimale Körperrepräsentationen*“. (vgl. Posch 2009: 187) Eine permanente Konfrontation mit anderen Körpern ist die Folge, die wiederum zu einer dauernden Beschäftigung mit dem eigenen Körper führt.

Wie eingangs bereits erwähnt, ist dies aber eine Erscheinung der heutigen Zeit, die sich hinsichtlich der Relevanz des Äußeren dadurch unterscheidet, dass sogenannte „Ideale“ viel sichtbarer geworden sind. Außerdem war es früher undenkbar ein Ideal erreichen zu können, weil sich diese zumeist auf Götter oder auf die Schöpfung bezogen, mit anderen Worten unpersönlicher waren. Anders als heute, waren es nicht eine Claudia Schiffer oder ein George Clooney, die zum Ideal stilisiert wurden, sondern, wie man auf famosen Gemälden betrachten kann, Venus oder Frühling.

Außerdem war, unter der Annahme, dass damals nicht nur Persönlichkeiten auf Gemälden abgebildet wurden, sondern in der Tat auch Schönheitsideale, der Anblick der selbigen ohnehin nur Wenigen zu Teil. Vor der Existenz der Medien konnten solche Bilder gar nicht massenwirksam verbreitet werden. (vgl. Posch 2009: 173) So schreibt etwa Naomi Wolf:

*„[E]he nicht die technologischen Voraussetzungen für die Massenproduktion entwickelt waren, kam die Frau außerhalb der Kirche kaum je mit einschlägigen Vorbildern und Vorgaben in Berührung.“ (Wolf 1993: 16f.)*

Auch der Begriff Ideal hat sich laut Posch im Laufe der Jahre gewandelt. Während in der heutigen Zeit ein Ideal, sofern man dies wirklich beabsichtigt, mit finanzieller und/oder körperlicher Anstrengung zumindest teilweise, wenn auch nur vorübergehend, erreichbar ist, galt dies damals als undenkbar. (vgl. Posch 2009: 174)

## **Der Faktor Zeit**

Einen anderen Grund für die gesteigerte Relevanz der Figur und des Aussehens könnte die fortschreitende Technologisierung und in diesem Zusammenhang die Veränderung der Zeitkapazitäten darstellen. Dies kann mit folgendem Zitat Posch's unterstrichen werden: *„[E]rst das Freiwerden zeitlicher und energetischer Ressourcen war der Nährboden für eine Erhöhung des Körpers.“ (Posch 2009: 59)*

Posch zufolge ist also das Mehr an Zeit Grund für die Steigerung der Relevanz des Körpers, denn Menschen, die täglich um ihre Existenz kämpfen müssen, haben in der

Regel nicht viel Freizeit. Als Beispiel bedient sich die Autorin alleinerziehenden Müttern, die, nachdem sie die an einem Tag zu erfüllenden Aufgaben, wie arbeiten und einkaufen zu gehen, das Kind vom Kindergarten abzuholen und den Haushalt zu erledigen, bewältigt haben, mit großer Wahrscheinlichkeit abends, nachdem sie die Kinder zu Bett gebracht haben, keine Lust mehr verspüren, ihren Körper zu trainieren. (vgl. Posch 2009: 60) Menschen mussten auch in früheren Zeiten ihre gesamte Zeit zur Reproduktion und Erhaltung des Lebens aufwenden, was oben angeführtes Argument recht plausibel macht. Denn wie in diesem Kapitel mehrmals aufgegriffen, unterlag der Körper nicht immer einem so hohen Stellenwert wie heute.

### **Der Faktor Werthaltung**

Bei Späth und Schlicht lässt sich eine andere Erklärung für den Bedeutungsanstieg der Figur erkennen. Diese begründen eben genannten, durch die Minderung des *„[a]llgemein verbindlichen Wertekanons für die Definition (der) sozialen und personalen Identität, sodass der Körper zunehmend zum identitätsstiftenden Medium wird.“* (Späth/ Schlicht 2000: 29)

Zu einer ähnlichen Ansicht kommen auch Brandl-Bredenbeck und Brettschneider. Diese stellen fest, dass das Vertrauen in Bereichen wie Religion, Gesundheit, Erziehung oder Politik abnimmt und sich die Menschen so immer mehr auf ihren eigenen Körper, der zumindest bis zu einem bestimmten Grad unter ihrer eigenen Kontrolle liegt, konzentrieren, um ein glückliches und zufriedenes Leben führen zu können. (vgl. Brandl-Bredenbeck/Brettschneider 1997: 29)

### **Der Faktor Zeitgeist**

Peter Waldrich führt die zunehmende Wichtigkeit des Körpers auf die heute existente Gesellschaftsform des Kapitalismus zurück. Die Welt wird in erster Linie ökonomisch interpretiert und alles was sich zur Verbesserung und Vermehrung von Kapital eignet, wird als sinnvoll erachtet. Ständig wird nach dem Nutzen einer Sache gefragt. Schnell

wird dann ersichtlich, dass der Körper, dieser Absicht nicht folgen kann. Er wird geboren, entwickelt sich, altert und stirbt letztlich. Der heute gültige Imperativ, dass alles wachsen und zulegen muss, findet hier keine Erfüllung, denn bereits nach dem ersten Viertel der Lebensdauer beginnt der Körper abzubauen.

Der seit jeher, vormals religiös, vermittelte „Akkumulationsgedanke“, dass *„[d]er Zweck jeder körperlich vermittelten Anstrengung in der Kapitalverwertung liege“* (Waldrich 2004: 25), hält sich, wenn auch mit schwindendem religiösem Hintergrund, bis heute. Jedoch können diesem nur die allerwenigsten folgen, denn den wirklichen Profit aus Kapitalakkumulation schlägt nur eine kleine Anzahl von Menschen. Für die überwiegende Mehrheit ist und bleibt das Gewinnschlagen aus Kapitalakkumulation ein unerreichbares Ziel. So mutmaßt Waldrich, dass die Meisten nun den eigenen Körper zur Sinnfindung verwenden. Paradoxe Weise wird in ihm versucht zu finden, „[w]as Welt und Überwelt“ (Waldrich 2004: 25) nicht zu eröffnen vermögen. Dies spricht jedoch gegen seine vergängliche Natur und so kommt es, dass diese verdrängt werden muss. Für Waldrich liegt genau hier die Ursache des gegenwärtigen Körperkults. (vgl. Waldrich 2004: 25) Dieser Körperkult ist ein Phänomen der heutigen Zeit. *„[K]aum eine Kultur ist wie die unsere körperbesessen und körperfixiert“* (Waldrich 2004: 7), stellt dieser im ersten Kapitel seiner Abhandlung über den heutigen „Körperwahn“ fest. Der Körper wird getrimmt, bearbeitet, verschönert. Doch sind ihm eben natürliche Grenzen gesetzt, die jedenfalls gegenwärtig nicht überwindbar sind. Da er nicht einfach so akzeptiert wird, wie er ist, erfordert er Arbeit, um passend zu sein. Vereinfacht geht es darum, dass um das „Ideal“ zu erreichen, gegen seine Natur angekämpft werden muss, was zwangsläufig erhöhte Aufmerksamkeit und Zuwendung erfordert.

Das Ablehnen der Natur des Körpers ist ein Charakteristikum der heutigen Zeit. Vor allem in westlichen Gesellschaften kommt diese zum Ausdruck, was darauf schließen lässt, dass wie bereits im Kapitel „Begriffsbestimmungen innerhalb der Körperforschung“ das gesellschaftliche Umfeld, in dem wir leben, maßgeblich an der Wahrnehmung des eigenen Körperbildes beteiligt ist. (vgl. Waldrich 2004: 15)

## Der Faktor Markt

Wie bereits erwähnt spricht Waldrich von einem modernen Körperkult und schreibt besonders dem Markt diesen sozialen Wandel zu. (vgl. Waldrich 2004: 158) Dies kann mit folgendem Zitat unterstrichen werden: *„[O]hne den enormen Druck der außer Rand und Band geratenen Märkte würde das kollektive Körperdrama nicht aufgeführt werden.“* (Waldrich 2004: 158)

Wie Waldrich nun zu dieser Annahme kommt, also wie der Körper mit dem Markt zusammenhängt, soll im Folgenden geklärt werden.

Der Markt und die mit ihm einhergehende Kommerzialisierung sind heute zur Normalität geworden. Schon in früher Kindheit, wird das Individuum mit dem Konsum vertraut gemacht. Dabei gilt es aber nicht bloß die Grundbedürfnisse, wie essen, trinken oder das Bedürfnis nach Wärme in Form von Kleidung zu stillen. Spätestens zu dem Zeitpunkt, an dem man sich Gedanken über „Marken“ macht, wird dies eindeutig klar. Eigentlich würde es genügen, ein Stück Stoff zu kaufen, welches den Körper umhüllt und wärmt. Doch für kaum jemand ist dies hinreichend. Kleidung muss nicht nur funktional, bequem oder wärmend sein, also mit anderen Worten ihren Zweck erfüllen. Sie soll auch modisch „in“ sein, was für den Einzelnen/ die Einzelne nicht zuletzt mit dem Kauf bestimmter Marken gewährleistet ist. Dabei haftet der Kleidung, genau wie dem Körper, eine gewisse Symbolik an. Eltern oder auch Bezugspersonen sind sogenannte „Opinion Leaders“ oder „Trend-Setters“, die bereits den Verkaufsstrategien der großen Unternehmen folgen. (vgl. Waldrich 2004: 122f.)

Der Psychologe Alexander Meschnig schreibt,

*„[M]arkenmacht kann als ein System definiert werden, das kulturelle Normen, Praktiken und Aktivitäten in Warenform verwandelt. [...] Sie durchdringt zunehmend unser Leben, unsere Erfahrungen, unsere Werte oder prägt sie bereits anstelle traditioneller Vermittlungsinstanzen wie Familie oder Schule.“*  
(Meschnig 2002: 40)

Marken und Werbung sind im Alltag stets präsent - von den SportlerInnen in Wettkampfübertragungen, die von diversen Firmen eingekleidet sind und ihre Sportausrüstung beziehen, über gesponserte kulturelle Veranstaltungen, die Werbung für die Geldgeber machen.

Auch in der Politik ist ständig die Rede vom ökonomischen Wachstum, von Nachfragesteigerung und Investition. Die Doktrin lautet, hart zu arbeiten, um möglichst viel Geld für den anschließenden Konsum übrig zu haben. „[G]eht's der Wirtschaft gut, geht's uns allen gut“, (portal.wko.at) so eine in Österreich geschaltete Werbung. Eigentlich sollten alle Bedürfnisse des Menschen zu irgendeinem Zeitpunkt befriedigt sein. Der Markt aber, will er überleben und die hohe Konsumleistung einer Gesellschaft erhalten, muss ständig neue Bedürfnisse erschaffen. „[D]ie Erzeugung der Nachfrage ist also die Grundvoraussetzung wirtschaftlichen Wachstums.“ (Waldrich 2004: 126)

Interessant ist nun zu betrachten, wie es möglich ist, dies zu erfüllen. Waldrichs Argumentation liegt im Körper des Menschen begründet. Dieser ist „der Ursprung unserer Bedürfnisse“, ohne die wir für die Marktwirtschaft nicht von Nutzen wären. Gäbe es diese (materiellen) Lebensnotwendigkeiten nicht, könnte der Markt keinen Profit daraus schlagen. Diese Bedürfnisse sind allerdings nicht nur wiederkehrend, man kann sich beispielsweise nicht für ein Leben lang satt essen oder sich für die Zeit der Existenz vorwärmen, sondern sind zusätzlich begleitet von einer „spezifisch menschlichen Welt höherer Motivationen.“ Abraham Maslow, der Schöpfer der weithin bekannten Bedürfnispyramide, nennt diese höheren Motivationen „Wachstumsbedürfnisse.“ (Waldrich 2004: 127, zit. nach Maslow)

Nachdem der Mensch seine Grundbedürfnisse befriedigt hat, strebt er nach Höherem. Es handelt sich dabei um Dinge wie Selbstverwirklichung oder Identität. Nun ist jedem Menschen bewusst, dass es gewisse Dinge gibt, die man mit Geld nicht kaufen kann. Der Markt kann Produkte wie Liebe oder Freundschaft nicht anbieten, er ist auf dem Sektor der sogenannten „Meta-Bedürfnisse“ nicht fähig, etwaiges Verlangen zu stillen. Doch kann er falsche Vorstellungen erzeugen. Waldrich bedient sich folgendem Beispiel:

*„[E]ine Frau blättert in einer »Frauenzeitschrift«. Sie fühlt sich unwohl und deprimiert. Sie hat weder Hunger noch Durst, sie hat keine finanziellen Probleme, sie ist gesund. Je länger sie in der »Frauenzeitschrift« blättert, desto deutlicher wird sie Opfer einer Verwirrung. Schließlich kann sie nicht mehr sagen: »Ich bin unglücklich!« Sie kann auch nicht mehr fragen: »Was ist das für ein Unglück? Was steckt vielleicht dahinter?« Stattdessen sagt sie: »Ich bin unzufrieden mit meinem Körper! Ich habe eine schlechte Haut.« Und sie fragt: »Was kann ich tun, damit ich dünner werde?« (Waldrich 2004: 130)*

Genau auf diese Frage scheint der Markt eine Antwort geben zu können. Die Bandbreite an Kosmetikartikeln, die der Markt anbietet, ist unüberschaubar. Doch auch Dienstleistungen wie Wellness-Angebote, oder etwa Schönheitsoperationen können diesem Problem, vermeintlich Abhilfe schaffen. So fungiert der Markt als Retter für diejenigen, die er durch seine eigene Bedürfniserzeugung in Not gestürzt hat und erhält sich somit selbst. Es ist kein Geheimnis, wie auch im Kapitel „Schönheitsideal und Medien“ diskutiert, dass etwa Werbung ein schlechtes Körpergefühl bei Frauen und auch zunehmend bei Männern auslöst. Statt zu propagieren, dass es im Leben eines Menschen wichtigere Dinge als einen perfekten Körper gibt, werden durch ständige Thematisierung und Präsenz von Schönheitsidealen Bedürfnisse geschaffen, die niemals ganz erfüllt werden können. Waldrich beschreibt diese Vorgehensweise anhand eines 3-Stufen Systems. Den ersten Schritt stellt das Aufgreifen und Hochspielen eines eigentlich belanglosen Problems dar. Danach, als zweiten Schritt, werden Ratschläge erteilt, die Profit einbringen. Zu guter Letzt soll die Illusion erzeugt werden, dass dadurch Meta-Bedürfnisse wie Selbstbewusstsein in Form von Identität und vitale Lebensenergie in Form von Erfüllung befriedigt werden können. (vgl. Waldrich 2004: 127f.) Doch ist es klar, dass etwa die Reduktion von Körpergewicht nicht zum Lebensglück führen wird oder, dass ein schlanker Körper nicht zwingend zu einer glücklich erfüllten Liebe verhilft. Trotzdem ist diese Strategie von Erfolg gekrönt, was sich nicht zuletzt an den steigenden Zahlen von durchgeführten Schönheitsoperationen oder an den Umsätzen von Kosmetikprodukte herstellenden Firmen deutlich erkennen lässt. (vgl. Waldrich 2004: 122 ff.) Augenscheinlich spielen die Marktverhältnisse bei der gestiegenen Relevanz des Äußeren eine maßgebliche Rolle.

## Der Faktor Mode und Schönheitschirurgie

Einleitend zu diesem Unterkapitel scheint nachstehendes Zitat passend. „[N]icht mehr Kleider machen Leute, sondern Körper machen Leute.“ (Posch 2009: 194)

Dass sich nicht nur die Mode, sondern auch die Idealfigur während der letzten Jahrhunderte stark und stetig gewandelt hat, ist ein unübersehbares Faktum. Im Laufe der Zeit wurde sich zunehmend freizügiger gewandet und so kam auch der sich hinter der Kleidung verborgene Körper immer mehr zur Geltung. Zur Steigerung der Wichtigkeit der Figur schreibt Posch:

„[I]n Zeiten, in denen Frauenkleider bis zu 20 Kilo wogen, fiel es nicht auf, ob der Körper «darunter» fünf Kilo mehr oder weniger wog. Es konnte gar nicht auffallen bei so viel Stoff. Mit jeder Kleiderschicht, [...], verringerten sich jedoch die Möglichkeiten, unliebsame Stellen des Körpers zu verdecken und zu kaschieren.“ (Posch 2009: 196)

Dies hat unter anderem zur Folge, dass nunmehr die Figur in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit rückt. Die Publizistin Ebba Drolshagen etwa stellt fest: *[U]nmodern ist im Zweifel nicht mehr der Rock, den sie trägt, sondern der Körper, den sie hat.*“ (Drolshagen 1995: 117.) Woher nun aber diese Veränderung zu einem freizügigeren Kleiderstil kommt und weshalb sich der Fokus auf den Körper verlagert, lässt sich folgendermaßen erklären.

Zum einen liegt, wie Norbert Elias in seinem bekannten Werk „Der Prozess der Zivilisation“ ausführt, im Bezug auf vergangene Zeiten, ein verändertes Scham-Empfinden vor. (vgl. Posch 2009: zit. nach Elias 1997). Mittlerweile entblößen sich Menschen vor laufenden Fernsehkameras, ohne ein Gefühl der Verlegenheit zu verspüren. Nacktheit ist niemandem mehr peinlich, es sei denn die Figur weicht zu stark vom Ideal ab. Diese publike Sicht auf den Körper findet laut Irene Antoni-Komar ihren Anfang zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Im Zuge der Freikörperkultur und der Lebensreform-Bewegung entstand ihr zufolge eine veränderte Wahrnehmung des Körpers. Der nackte Körper wurde zum Symbol einer neuen Gesellschaft. Mit dem Aufkommen von kürzeren Röcken (Antoni-Komar 2001: 65) und später in den 1960er und 1970er Jahren den noch kürzeren Miniröcken, den Bikinis und Hotpants war der

Grundstein, so Otto Penz, zur „modischen Entblößung“ der Frau gelegt. Auch bei Männern vollzog sich mit dem Aufkommen des Tragens von kurzen Shorts und kurzärmeligen Hemden ein ähnlicher Wandel, obgleich sich dieser nicht ganz so offenherzig wie der bei den Frauen gestaltete. (vgl. Penz 1995: 32) Ein weiteres Kriterium für den Trend weg von der Mode hin zum Körper, stellt die Möglichkeit der invasiven Körpertechnologien dar.

*„[W]ar es früher die Kleidung die ornament-gleich den menschlichen Körper umhüllte und modellierte, so ist es heute der Körper selbst, der im Mittelpunkt steht und einen bedeutenden Bezugspunkt der Gesellschaft darstellt.“ (Antonik-Komar 2001: 19)*

Durch die Perspektive, den Körper beinahe so formen und modellieren zu können, wie es gefällt, kommt, wie oben schon erwähnt, die Realisierung eines Ideals in Frage.

Im Zuge der möglichen Herstellung eines schönen Körpers, ist auch die Käuflichkeit desselben naheliegend. Dabei spielt es laut Posch eine große Rolle, dass diese, ob es sich dabei um Schönheitsoperationen oder Botox-Injektionen handelt, weder von großem Schmerz noch von einer großen Entbehrung begleitet sind. Dies hat zur Folge, dass in der heutigen Zeit der Mensch seines Körpers eigener Schmied ist. Würde man von der Natur nicht gesegnet, so ist es ihm nun, wie unterstellt wird, trotzdem ein leichtes, ihr nachzuhelfen. (Posch 2009: 194 ff.)

*„[D]as selbstverantwortliche Individuum hat aufgrund der Verfügbarkeit von Techniken zur Herstellung eines idealen Körpers auch Schönheit selbst zu verantworten.“ (Posch 2009: 200)*

## **2.5 Das Schönheitsideal**

In diesem Kapitel soll sich mit jenem Ideal auseinandergesetzt werden, nach dem körperbewusste, ihr eigenes Aussehen als wichtig empfindende Menschen, streben. Zunächst wird auf die Begriffe „Schönheit“ und „Ideal“ näher eingegangen.

Der Begriff „Schönheit“ ist ein viel diskutiertes Phänomen. Die „Schönheit“ beziehungsweise die „Ästhetik“ kommt vor allem in der Philosophie zu tragen. Eine Auseinandersetzung mit diesem Terminus lässt sich bereits in der Antike bei Platon finden. (vgl. Weiss/ Karger 2011: 14) Dieser *„[s]etzte Schönheit mit dem Guten gleich - eine Ansicht, die jahrhundertlang Geltung hatte.“* (Weiss/ Kager 2011: 14) In der Philosophie der Neuzeit beschäftigt sich unter anderem Immanuel Kant in seinem Werk *„die Kritik der Urteilskraft“* ausgiebig mit dem Begriff der Ästhetik. Er verstand Schönheit als *„äußeren Ausdruck innerlicher Sittlichkeit.“* (vgl. Weiss/ Karger 2011:14). Sie ist nicht nur vergänglich, sondern lässt sich auch kaum definieren oder in komprimierter Form darstellen. (vgl. Pröglhöf/ Mixday-Schima 2001: 101) Auch andere Disziplinen wie etwa die Anthropologie, die Kunst, die Psychologie, die Naturwissenschaften, der Feminismus oder die Geschichtswissenschaften beschäftigen sich mit dieser Thematik. (vgl. Synnott 1989: 608) Da dieses Themenfeld eine unüberschaubare Menge an Information aufweist, soll sich im Folgenden mit der Schönheit besonders aus einer sozialwissenschaftlichen Perspektive beschäftigt werden. Eingangs wird der Versuch einer Definition von Schönheit durch eine im Volksmund gebräuchliche Redewendung unternommen. Diese besagt: *„[S]chönheit liegt im Auge des Betrachters.“* (Kruse 2008: 300)

Demnach bestimmt jedes Individuum für sich selbst, was schön ist oder nicht. Jedoch ist Schönheit keineswegs individuell, was folgendes Zitat aufzeigen soll.

*„[S]chönheit hängt nicht oder jedenfalls nicht nur vom Objekt ab, von der Person, die wir als schön empfinden, sondern wir haben in unserem »Auge«, besser in unserem Kopf ein Bild von Schönheit »konstruiert«, das letztendlich entscheidet, welche Personen wir als schön empfinden oder nicht.“* (Kruse 2008: 300)

Die Konstruktion der Schönheit basiert aber auf einer kulturellen Prägung und ist somit für die meisten Menschen einer Kultur ähnlich. Anthony Synnott schreibt dazu: *„[I]n sum, beauty is in the eye of the beholder (but the eye is culturally determined as Montaigne und Voltaire had shown).“* (Synnott 1989: 626)

Wie bereits eingangs erwähnt, gibt es zahlreiche Ansätze zum Thema Schönheit und Ästhetik. Da der Fokus dieser Arbeit aber insbesondere auf dem Schönheitsideal liegt, soll nun nach einer kurzen Abhandlung des Begriffs des „Ideals“, vor allem auf die westliche Vorstellung von einem schönen Körper eingegangen werden.

Einleitend zur Beschreibung des Terminus soll sich einer Definition von Waltraud Posch, die wie folgt lautet, bedient werden.

*„[I]deale sind per Definition etwas Exklusives, schwer Erreichbares, Überdurchschnittliches, Herausragendes, nicht für jeden Menschen Zugängliches.[...] Abgeleitet vom griechischen Wort »Idea« (=Vorstellung, Idee) wird ein Ideal definiert als »[sic!]Musterbild«, sittliches Vorbild, Inbegriff der Vollkommenheit«, des Mustergültigen, als höchster Wert angestrebtes Ziel.«  
(Posch 2009: 24)*

Aus der Unmöglichkeit einem Ideal gänzlich zu entsprechen, resultiert auch das zum Teil unaufhörliche Streben danach. Das Besondere am Ideal ist womöglich seine „nicht Existenz.“ Außerdem scheint einem Ideal sehr nahe zu kommen, ein eher seltener Sachverhalt zu sein und Dinge die rar sind, sind bekanntlich auch begehrt.

Im Weiteren wird über das westliche Schönheitsideal diskutiert. Dieses hat sich im Laufe der Zeit stark gewandelt. (vgl. Pröglhöf/ Mixday-Schima 2001: 101) Bis zu den Anfängen des 19. Jahrhunderts war die ideale Frau aus der heutigen Sicht übergewichtig. Damals galt eine Frau von rundlicher Gestalt als begehrenswert. „Eine schöne Frau von Welt hatte zu ihrer Zeit volle Brüste, üppige Hüften und einen Bauch.“ (Waldrich 2004: 74)

Später in der bürgerlichen Gesellschaft des 19. Jahrhunderts wandelte sich dieses Bild. Von dieser Zeit an wurde ein blasser, zarter Körper idealisiert. Auch innerhalb des vergangenen Jahrhunderts kam es noch zu Wandlungen des Schönheitsideals. So wurde in den 1960er Jahren, die als mollig deklarierte, mit einem hohen Sex-Appeal assoziierte Marilyn Monroe von dem spindeldürren Supermodel Twiggy abgelöst. (vgl. Penz 2010: 13)

Bezüglich des Ideals des Mannes sind die Ansichten über den Wandel dieses Ideals divergent. Während Penz meint, es hätte sich geschichtlich gesehen kaum gewandelt und dies damit begründet dass, „*[M]änner in weit geringerem Maße dem Diktat der Schönheit und modischen Anpassungszwängen unterworfen sind.*“ (Penz 2010:13) kommen andere AutorInnen zu einer andersartigen Darstellung wie sich im Folgenden zeigt.

Dies scheint sich im Laufe der letzten Jahre geändert zu haben. Zunehmend folgen auch Männer einem Schönheitsideal. (Pröglhof/Mixday-Schima 2001: 112) Petra Pröglhof und Melinda Mixday-Schima schreiben, dass männliche Schönheit in früheren Zeiten als fehlerhaft galt. Männer mussten kräftig sein, Schönheit war ein Charakteristikum des „schwachen Geschlechts“. Doch im 19. Jahrhundert, legten besonders Männer der oberen Schicht auf ihr Äußeres Wert. Zu dieser Zeit galt ein Mann als stark, wenn er fähig war seine Familie zu ernähren, scheint es. Denn in Amerika war zu dieser Zeit Blässe und eine zierliche Gestalt, das Vorbild des Männerkörpers. Muskeln und braune Haut wurden der arbeitenden Bevölkerung zugeschrieben.

Erst im Zuge der Arbeiterbewegung in den Dreißigerjahren des 20. Jahrhunderts, wurde der muskelbepackte, durch trainierte Körper zuerst in den USA und etwas später auch in Europa, modern. Ab den 1960er Jahren war ein abgeschwächtes weibliches Aussehen immer mehr akzeptiert und bis zu einem gewissen Grad auch erwünscht. (vgl. Pröglhof/Mixday-Schima 2001: 113)

Nach dieser kurzen geschichtlichen Abhandlung des Schönheitsideals, wird im Weiteren auf das im 21. Jahrhundert vorherrschende eingegangen.

Noch immer sind Männer weniger mit ihrem Körper beschäftigt als Frauen.

*„[S]o zu tun, als sei ein attraktives Äußeres für Männer auch nur annähernd so wichtig wie für Frauen, ist eine Negierung der Lebensrealität sowohl von Männern als auch von Frauen.“ (Posch 2009:163)*

Allerdings ist Schönheitshandeln keine reine Frauensache mehr. Auch Männern wird zunehmend ein Ideal vorgegeben. (vgl. Degele 2004: 29) Es gibt allerdings kein

einheitliches Schönheitsideal weder für Männer noch für Frauen. Jedoch lassen sich bestimmte Richtungen feststellen.

Im 21. Jahrhundert wird vor allen Dingen der schlanke Körper idealisiert. Schlankheit wird einerseits mit Sexappeal, Abenteuerlust und Freiheit assoziiert. (vgl. Bauernfeind/Fauster 2001: 84) Andererseits aber auch mit „*[E]rfolg, Schönheit, Macht, Reichtum, Selbstkontrolle und Gesundheit.*“ (Bauernfeind/Fauster 2001: 85). Das Schlankheitsideal ist bei weiblichen Individuen extremer ausgeprägt als in der Vergangenheit, was anhand der stetig dünner werdenden Models beobachtet werden kann. Für Männer hingegen wird auffallend stark ein durchtrainierter muskulöser Körper als Ideal propagiert. (vgl Steins 2007:112)

Als weiteres grundsätzliches Kriterium für Schönheit kann die Jugendlichkeit genannt werden. Der Kult um die Jugend, ist in den 60er Jahren des 20. Jahrhunderts entstanden und ist nach wie vor existent. „*[J]ugend wurde und wird auch heute noch mit Schlanksein gleichgesetzt.*“ (Bauernfeind/Lang 2001: 84)

Auch die Körpergröße kann in die Reihe der allgemein gültigen Kriterien für das westliche Schönheitsideal aufgenommen werden. Eine kleine Gestalt ist weniger beliebt als eine Große, mit dem Zusatz, dass Männer größer sein sollten als Frauen.

Des Weiteren gilt volles Haar, straffe, makellose Haut und ein straffer Körper sowohl bei Männern als auch bei Frauen als erstrebenswert. Wie im Kapitel „Die Änderung der Relevanz des Äußeren“ bereits abgehandelt, bezieht sich das Schönheitsideal auf den nackten Körper. Er ist es, der dem Modediktat am stärksten unterliegt. Weitere relevante Aspekte der Schönheit sind körperliche Fitness, ein symmetrisches Gesicht, volle Lippen und gebräunte Haut. (vgl. Posch 2009: 190f.) Bei Frauen gelten zusätzlich „*[l]ange schlanke Beine [...] eine makellose Haut ohne Cellulite [...] ein dezentes Kinn, hohe Wangenknochen und Faltenlosigkeit [...]*“ als zusätzliche Schönheitsmerkmale. (Weiss/ Karger 2011: 14f.)

Doch das westliche Schönheitsideal reicht weit über sein Terrain hinaus.

„*[D]iesem Ideal eifern Menschen auf der ganzen Welt nach, in Europa genauso*

*wie in den USA, Lateinamerika oder Asien. Die häufigsten Schönheitsoperationen im tief religiösen Iran sind Nasenkorrekturen nach »europäischem Muster«, und in asiatischen Schönheitskliniken sind vor allem »europäische Augen« gefragt. Im Schönheitsgeschäft scheint die Globalisierung schon weit fortgeschritten zu sein.“ (Weiss/ Karger 2011: 14)*

Dass das Schönheitsideal weit verbreitet ist, lässt sich demnach besonders gut an den durchgeführten, zumeist irreversiblen Körpermodifikationen erkennen. Es sind besonders Frauen, die Eingriffe dieser Art durchführen lassen. In der westlichen Gesellschaft sind es verstärkt Fettabsaugungen, Brustvergrößerungen, Nasenkorrekturen und Faceliftings, die Anwendung im Dienste der Verschönerung finden. (vgl. Degele 2004: 19) Viele Individuen verändern ihre Figur beziehungsweise ihren Körper durch gewisse Handlungen. Der Unterschied liegt darin, ob die Modifikationen, so wie zum Beispiel die gerade erwähnten Schönheitsoperationen, irreversibel sind oder nicht. Zu den möglichen Veränderungen, die nicht bleibend sind, zählen unter anderem, sportliche Betätigung, Diäten, Make-up aber auch Moden und Kleiderordnungen. (vgl. Steins 2007: 47) Dabei unterscheidet sich das Schönheitshandeln zwischen Männern und Frauen. „[S]chönheitshandeln ist ein Mittel zur Differenzierung von Geschlechtern, keineswegs aber ausschließlich Frauensache.“ (Degele 2004: 29) Bei Männern ist Schönheitshandeln ein spannungsgeladenes Feld. Zwar schafft der Begriff der Metrosexualität Raum dafür, doch ist die Assoziation mit Homosexualität nach wie vor existent und auch der eben genannte Begriff der Metrosexualität scheint gesellschaftlich nicht vollkommen akzeptiert. (vgl. Penz 2010: 162) So schreibt Otto Penz über Männer der oberen Gesellschaftsschichten:

*„[U]m nicht weiblich zu wirken, obwohl sie sich in einem Ausmaß auf ihr Äußeres konzentrieren, das dem traditionellen Geschlechterverständnis nach nur bei Frauen (oder eventuell Homosexuellen) angebracht ist, grenzen sie sich verbal von Männern ab, denen es nicht gelingt »Maß zu halten« - insbesondere von den als »metrosexuell« bezeichneten Männern und deren intensiver Beschäftigung mit dem Aussehen.“ (Penz 2010: 162)*

Das Schönheitshandeln manifestiert sich bei Männern vor allem in der Ausübung von Sport. Dies liegt zum einen unter Umständen daran, dass „[d]er Sport auch nur des Sportes willen, aber auch der Schönheit zuliebe betrieben werden[...]“ (Penz 2010: 40) kann und Fitness und Stärke Aspekte der männlichen Attraktivität darstellen. (vgl. Penz 2010: 43) Nachdem das männliche Ideal überwiegend Muskeln propagiert, scheint dies einleuchtend. Während sich Frauen eher aus Gründen der Gewichtsreduktion körperlich betätigen, verwenden Männer die Bewegung dazu um Muskeln aufzubauen oder zu erhalten. (Steins 2007: 54)

Die grundsätzlich unterschiedliche Auffassung von einem erstrebenswerten Körper, führt demnach auch zu verschiedenartigen Handlungen um selbigen zu erlangen.

*„[F]rauen scheinen dazu zu neigen, ihren Körper nach seiner Gewichtsklasse zu bewerten. Sie wären gerne sehr viel größer und dünner als sie sind[...]“ (Steins 2007: 51)*

Ziel einer Diät ist es, einen schlankeren Körper zu erlangen. So sind es überwiegend Frauen die ihre Ernährungsgewohnheiten zu Gunsten einer Gewichtsreduktion umstellen. Auch diese Form des Schönheitshandelns scheint plausibel, bedenkt man dass sich Frauen tendenziell zu dick fühlen. (Steins 2007:51)

Während die Verwendung von Make-up in westlichen Gesellschaften ein überwiegend weibliches Phänomen ist und zur Expression des Grades der Femininität dient, werden Pflege- und andere Kosmetikprodukte hingegen auch vom männlichen Geschlecht immer mehr verwendet. (vgl. Degele 2004: 27) Antifaltencremes, Peelings und diverse andere Schönheitsprodukte, wenden Männer aber in einem begrenzteren Ausmaß und nur unter bestimmten Bedingungen an, was folgendes Zitat unterstreicht:

*„[E]ntscheidend für den Markterfolg der Produkte ist dabei vor allem, dass die Produkte kein weibliches Image haben; sie erscheinen als „geschlechtsneutral“ und das heißt: männlich.“ (Röbke 2002: 24)*

Auch Männern wird demnach die eigene Körperpflege zunehmend wichtiger. Laut dem Soziologen Dirk Kaesler der an der Universität Marburg tätig ist, gib es eine „Fitness-

*und Kosmetikwelle*“ sowie ein gestiegenes Modebewusstsein bei jungen Männern. (vgl. Waldrich 2004: 9) Jedoch sind Männer auch im Bereich der Mode und der Accessoires weniger einem Diktat unterworfen als Frauen. (vgl. Penz 2010: 13) Mit Kleidung wird Identität hergestellt. Das Verfahren, wie sie ausgesucht wird, ist dabei unterschiedlich. Man kann mit Kleidung auffallen, oder auch nicht. Festzustellen ist aber, dass selbst Kleidung für Frauen zumeist von Männern entworfen wird. Insgesamt ist Frauenkleidung erheblich unbequemer als Männerbekleidung. Dies kann sehr gut am Beispiel des Schuhs aufgezeigt werden.

Der typisch weibliche Stöckelschuh, verursacht Schmerzen beim Tragen und kann auch langfristig zu gesundheitlichen Schäden führen. Es lässt sich jedoch kein männliches Schuhmodell finden, auf das Ähnliches zutreffen würde. (vgl. Steins 2007: 48f.)

*„[M]ode enthält ausschließlich für Frauen Kreationen, die zu gesundheitlichen Beeinträchtigungen führen können und die Bewegungsmöglichkeiten der Trägerinnen einengen.“ (Steins 2007: 49 zit. nach Jeffreys: 2005)*

Für das unterschiedliche Schönheitshandeln zwischen Mann und Frau in Bezug auf Mode bedeutet dies, dass Frauen zwangsweise einige Mühen mehr in Kauf nehmen müssen, um gut gekleidet zu sein. Dass heißt, auch im Bereich der Mode strengen sich Frauen mehr an als Männer dem Ideal zu entsprechen.

Dieses Kapitel soll mit einem Zitat Posch's zum Thema Schönheitsideal abgeschlossen werden, das sich damit beschäftigt, wie weit das abgehandelte Schönheitsideal tatsächlich Einfluss auf die Individuen der westlichen Gesellschaft hat.

*„[D]as Schönheitsideal ist mittlerweile nicht mehr nur eine von außen auferlegte Vorgabe, an die man sich mehr oder weniger hält oder die in einem unterschiedlich starken Maße erreicht werden will. In der heutigen Zeit ist es in die Köpfe der Individuen so tief eingedrungen, dass man hier von einer Internalisierung sprechen kann. Man kann dem Schönheitsideal den Status einer verinnerlichten Norm zuschreiben, denn es wird nicht mehr als vorgegeben, sondern als selbst ausgesucht wahrgenommen.“ (Posch 2009: 165)*

Warum Frauen dem Schönheitsideal stärker ausgesetzt sind und Medien maßgeblich an dem Einfluss des Ideals auf die Menschen beteiligt sind, soll im nächsten Kapitel abgehandelt werden.

### **Schönheitsideal und Medien**

Über den Einfluss der Medien im Zusammenhang mit dem Schönheitsideal, gibt es zahlreiche Publikationen und Studien. Das folgenden Kapitel kann daher keineswegs Anspruch auf eine vollständige Darstellung aller Bereiche, die das Schönheitsideal und die Medien betreffen, erheben. Aus diesem Grund, sollen nun vor allem jene Themen behandelt werden, die für die vorliegende Arbeit von besonderem Belang sind.

Es handelt sich dabei in erster Linie um die Beeinflussung des Körperbildes durch das medial transportierte Schönheitsideal und die daraus resultierende hohe Unzufriedenheit mit der eigenen Figur der Menschen in der heutigen Zeit, sowie um den gesteigerten Stellenwert der Figur im Zusammenhang mit Medien und den verhältnismäßig größeren Einflusses des Ideals auf das weibliche Geschlecht.

*„[E]s wird vermutet, dass die Massenmedien durch ihre Stereotypisierung des Schönheitsideals einen, wenn nicht den ausschlaggebenden Grund für ein anscheinend immer größer werdendes Problem liefern: das Gefühl der Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper verbunden mit einem verminderten Selbstwert bzw. Selbstbewusstsein.“ (Hanko 2001: 137)*

Die Tatsache, dass das medial vermittelte Schönheitsideal einen unmittelbaren Einfluss auf die Menschen ausübt, kann des Weiteren anhand einer vielzitierten, auf den Fidschi-Inseln während den Jahren 1995 bis 1998 durchgeführten Studie, veranschaulicht werden. Auf den Fidschi-Inseln verkörpert das Schönheitsideal, anders als in westlichen Gesellschaften, nicht Schlankheit, sondern im Gegenteil, Leibesfülle. Untersucht wurde das Essverhalten der InselbewohnerInnen, mit der Besonderheit, dass einen Monat vor dem Beginn der Forschung das westliche Fernsehen Einzug in diese Region fand. Nun handelte es sich bei dieser Studie um eine sogenannte Längsschnittstudie, das heißt, es wurden an zwei zeitlich auseinanderliegenden Zeitpunkten Erhebungen durchgeführt

und die Ergebnisse sodann miteinander verglichen. Im Zuge des Vergleichs der Messdaten, konnte herausgefunden werden, dass sich das Essverhalten über die Zeitspanne von drei Jahren besonders bei jungen Frauen deutlich verändert hatte. (vgl. Steins 2007: 114) Es traten bei knapp zwölf Prozent der dort lebenden, jungen Mädchen Essstörungen in Form von Bulimie auf. (vgl. Orbach 2009: 171) Vor 1995 gab es niemanden auf der Insel, der/die unter einer solchen litt. (vgl. Steins 2007: 114) Die Forschenden führen dies zu einem großen Teil auf die durch das Medium Fernsehen vermittelten, „idealisierten, schlanken, westlichen Frauenkörper“ zurück. (Orbach 2009: 171; Steins 2007: 114) Während seit jeher ein beleibter Körper als schön galt, hielt nun, im Zuge der Globalisierung, das westliche Schönheitsideal Einzug auf der Insel. Dass neben der Möglichkeit westliches Fernsehprogramm zu empfangen, auch noch kulturellen Veränderungen und die damit einhergehende Verunsicherung der Individuen eine Rolle spielte, soll hier nicht übersehen werden. Jedoch kommt der verbreiteten Ausstrahlung der Idealisierung von Schlankheit ein großes Gewicht bei der Veränderung des Ernährungsverhaltens zu. (vgl. Steins 2007: 114) Dass das westliche Schlankheitsideal, welches demnach weit über seine Grenzen hinausreicht, so erstrebenswert scheint, könnte unter anderem so erklärt werden, dass,

*„[s]chlanke Personen in den Medien moralisch besser bewertet [...] und am Ende eher belohnt [werden] als dicke und weniger attraktive Personen. Letztere werden aufgrund ihres Aussehens eher diskriminiert und verspottet und häufiger mit Dummheit assoziiert.“ (Posch 2009: 177 zit. nach Schemer 2006: 12)*

Somit wird der Schlankheit von den Medien nicht nur Schönheit sondern auch Intelligenz und Erfolg zugeschrieben. Den Medien kommt hierbei eine wichtige Rolle zu, denn den

*„[M]edien wird traditionell viel Macht zugeschrieben. Massenmedien sind Sozialisationsagenten, nicht nur für Jugendliche, sondern auch für Erwachsene. Sie transportieren Vorstellungen körperlicher Attraktivität und bestätigen, produzieren oder reproduzieren dadurch hierarchische Körperbilder.“ (Posch 2009: 177)*

Mit diesen Körperbildern werden die Menschen täglich, ob auf der Straße, in öffentlichen Verkehrsmitteln oder im Supermarkt mit schönen Menschen und ihren perfekten, schlanken Körpern in Form von Plakaten oder mittlerweile auch über Screens konfrontiert. In Film und Fernsehen sowie in diversen Magazinen oder auch im Internet sind wir tagtäglich von Bildern attraktiver Models umgeben. (vgl. Hanco 2001: 144) Wie diese medial vermittelten Bilder meist zu einer Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper führen, soll nun erläutert werden.

Zu Anfang gilt es aufzuzeigen, dass diese Bilder schöner Menschen und schöner Körper zumeist nicht real sind. *„[R]etusche ist die Regel, nicht die Ausnahme, und sie ist durchgehende Praxis in Medien, und zwar bei allen in Medien veröffentlichten, professionell inszenierten Fotos.“* (Posch 2009: 183) Demnach werden die Individuen mit Idealen konfrontiert, die es in Wirklichkeit nicht gibt. Zum einen müssen sich Models, bevor sie abgelichtet werden einem stundenlangen Styling unterziehen. Sie bekommen professionelles Make-up, künstliche Haarteile und ihre Oberweite wird mit Silikoneinlagen künstlich vergrößert. Sind die Fotos, die mit idealer Beleuchtung und abgestimmten Kamerawinkel gemacht wurden, digitalisiert, so werden sie außerdem mithilfe von Bildaufbereitungsprogrammen weiter manipuliert. Im Zuge dessen werden unter anderem Hautunreinheiten oder Unebenheiten ausgebessert, Augenbrauen hochgezogen, die Backen verschmälert und die Wangenknochen etwas erhöht. (vgl. Posch 2009: 184f.) Dazu äußert sich die Schriftstellerin Katja Kullmann wie folgt:

*„[O]bwohl alle wissen, dass Fotografie heute mit Realität rein gar nichts mehr zu tun hat, obwohl alle wissen dass die Bilder, erst Recht in der Mode- und Werbefotografie, durchweg bearbeitet, geschönt, computerisiert sind, obwohl oder weil also jeder weiß, dass jedes Bild eine Lüge ist, kann niemand sich diesem Sog entziehen, so scheint es.“* (Kullmann 2008: 53)

Trotz dieser Aufgeklärtheit haben die Bilder einen großen Einfluss auf das Körperbild, der in der westlichen Gesellschaft lebenden Menschen. Die weiter oben bereits erwähnte, ständige Präsenz des Ideals ist dafür verantwortlich. Diese lässt das Ideal an sich und die mit ihm einhergehende Schlankheit zur Normalität werden. Laut Posch führt dies zwangsweise, wenn auch nicht unmittelbar bewusst, zu einer erhöhten

Auseinandersetzung mit sich und dem eigenen Körper. (vgl. Posch 2009: 176) Nachdem diese Normalität aber alles andere als normal ist, kommt es zu einer Diskrepanz zwischen Ist- und Soll-Zustand im Bezug auf die eigene Figur. Dabei gilt logisch betrachtet: – Je größer die Kluft, desto größer auch die Unzufriedenheit. (vgl. Steins 2007: 20)

Viele Menschen sind nun bestrebt, diese Diskrepanz zu verringern oder möglichst klein zu halten. Dies zeigt sich am im Kapitel „das Schönheitsideal“ bereits diskutierten Schönheitshandeln. Dass dies vor allen auf Frauen zutrifft, wird bereits im vorigen Kapitel dargestellt. Im Weiteren wird versucht, diesen Umstand im Zusammenhang mit den Medien zu erklären. Einleitend soll folgendes Zitat Aufklärung bringen.

*„[A]llgemein lässt sich sagen, dass die Massenmedien wesentlich häufiger bei Frauen als bei Männern an das Ziel der physischen Attraktivität appellieren. (Felser, 1997) Männer werden hauptsächlich durch ihre Gesichter in den Medien repräsentiert, während Frauen meist in der Aufnahme des gesamten Körpers gezeigt werden.“[...] Männer werden dadurch eher kognitive Attribut zugesprochen, während Frauen eher mit körperlichen Attributen assoziiert werden.“(Hanko 2001: 152)*

Besonders Frauen wird demnach suggeriert, dass Aussehen und Attraktivität eine wichtige Rolle spielen. Das Augenmerk liegt dabei in einem viel höheren Ausmaß als bei Männern, auf dem Körper der Frau. Es ist naheliegend, dass dies besonders beim weiblichen Geschlecht zu einer gesteigerten Körperaufmerksamkeit, führt. Dies soll mit der nachfolgenden Textstelle unterstrichen werden.

*„[T]atsächlich ist derzeit eine Fokussierung des Themas „weibliche Schönheit“ zu beobachten. Hierbei rückt die Rolle der Medien als Hauptlieferant relevanter Informationen zur Bildung der öffentlichen Meinung und Sozialisation in den Mittelpunkt des Interesses. Die in den Massenmedien dargestellten Frauen zeichnen sich hauptsächlich durch ihre Schönheit aus.“ (Gläbhel 2011: 224)*

Doch ist es nur die Art und Weise der Darstellung weiblicher Schönheit, die einen großen Einfluss auf Frauen bewirkt, sondern auch die Quantität der Bilder, die diese

Relevanz vermitteln. So sind Bilder nackter Frauenkörper viel häufiger als vergleichsweise jene von nackten Männerkörpern. Dies lässt sich dahingehend begründen, so Rudolph 1947 & Felser 1997, dass

*„[F]rauen zwar Abbildungen von anderen Frauen beachten, Männer hingegen die Abbildungen anderer Männer nicht mit erhöhter Aufmerksamkeit wahrnehmen.“ (Hanko 2001: 142)*

Mit anderen Worten: Bilder von nackten Männerkörpern sind nicht so werbewirksam wie Bilder von nackten Frauenkörpern.

Zusammenfassend geht demnach hervor, dass einerseits die verschiedenartige Darstellung der Frau in den Medien, die in Abgrenzung zum Mann wesentlich mehr das Aussehen und somit die Attraktivität fokussiert, als auch das erhöhte mediale Vorkommen von weiblichen Körpern, womöglich dazu führt, dass Frauen durch das Ideal hinsichtlich ihres Körpers stärker beeinflusst sind als Männer. Im nächsten Kapitel soll aber auch klar herausgearbeitet werden, dass sich auch das männliche Geschlecht, zunehmend mit einem Schönheitsideal konfrontiert sieht.

## **2.6 Körperunzufriedenheit**

Im folgenden Kapitel soll unter anderem der Frage nachgegangen werden, welche Menschen mit ihrer Figur unzufrieden sind und ganz besonders auch welche Auslöser für diesen Umstand verantwortlich gemacht werden können.

Dass sich die Körperverdrossenheit in den letzten Jahrzehnten gesteigert hat, geht aus einigen Untersuchungen deutlich hervor. Der steigende Unmut hinsichtlich des Körpers hat dabei aber nicht nur bei Frauen, sondern auch beim männlichen Geschlecht zugenommen. (vgl. Waldrich 2004: 8; vgl. Steins 2007: 38) Während die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper seit jeher eher dem weiblichen Geschlecht zugeschrieben wird, scheint es, als würden nun auch immer mehr Männer von diesem Gefühl betroffen sein. Noch vor zwei Jahrzehnten, waren Männer kaum um ihr Äußeres

besorgt, ob mehr oder weniger Bauchansatz vorhanden war, spielte keine Rolle. (vgl. Waldrich 2004: 8)

*„[F]rüher standen Männer morgens auf, rasierten sich, putzten sich vielleicht die Zähne und waren dann vollständig vorzeigbare Männer. Heute ist das alles nicht mehr so einfach.“ (Waldrich 2004: 9)*

Damit soll ausgedrückt werden, dass nunmehr auch das männliche Geschlecht, angehalten ist, in sein Aussehen zu investieren. Einerseits in Form von Zeit, die aufgewendet werden muss, um dem propagierten muskulösen, männlichen Körperideal gerecht zu werden, andererseits aber auch zunehmend in Konsum diverser Kosmetikprodukte. Bestätigt wird diese Annahme durch den Marburger Universitätsprofessor für Soziologie Dirk Kaesler.

*„[N]eues Ernährungsverhalten, die Fitness- und Kosmetikwelle und das Modebewusstsein junger Männer sind unübersehbar.“ (Waldrich 2004: 9, zit. nach Kaesler)*

Nichtsdestotrotz bleibt überwiegend das weibliche Geschlecht mit dem Körper unzufrieden. Steins betrachtet dies jedoch noch etwas genauer. Für sie stellt vor allem die „Maskulinität der Psyche“ eines Menschen einen Einflussfaktor für die Zufriedenheit mit dem Äußeren einen Faktor dar. (vgl. Steins 2007: 40) So kann eine Frau zwar feminin wirken, aber dennoch über männliche Charakteristika verfügen, genauso wie ein maskulin wirkender Mann trotzdem sehr feminine Eigenschaften besitzen kann. Sie kommt zu dem Schluss, dass es vor allen Dingen feminine Menschen sind, die dem eigenen Körper gegenüber eine Unzufriedenheit empfinden. (vgl. Steins 2007: 40)

Ein weiteres ausschlaggebendes Kriterium für die Unzufriedenheit mit dem Körper stellt der Kulturkreis dar, in dem die Menschen leben. So sind etwa taiwanische Männer weitaus zufriedener mit ihrem Körper als Männer aus den USA oder Europa. Grund dafür sind die differierenden Vorstellungen von Maskulinität. Während sich zweit genannte besonders über Muskeln definieren, kommt dies in den asiatischen Ländern weniger stark zu Tage. (vgl. Steins 2007: 39)

Das Körpergewicht allerdings steht nicht unmittelbar im Zusammenhang mit Körperzufriedenheit. Denn es sind nicht nur, wie man annehmen könnte, übergewichtige Menschen, die mit ihrer Figur in einem problematischen Verhältnis stehen. Besonders Frauen weisen in diesem Punkt häufig ein irrationales Denken auf. Frauen die normalgewichtig oder gar idealgewichtig sind, fühlen sich tendenziell immer noch zu dick. Aus mehreren Studien geht hervor, dass selbst untergewichtige Frauen weiter an Gewicht verlieren möchten. (vgl. Waldrich 2004:12) Diese Erkenntnisse fasst Waldrich in nachstehender Behauptung zusammen: „*[W]ie dünn Frauen auch sind, mit ihrem Gewicht sind sie niemals zufrieden. Es darf immer noch ein wenig dünner sein.*“ (Waldrich 2004: 12) Obwohl dies zwar etwas überspitzt klingen mag, so scheint es jedoch keineswegs unrealistisch, führt man sich etwa Kommentare von heutigen Supermodels zu Gemüte. Das brasilianische Model Maiara Fabri beispielsweise verkündet im öffentlich rechtlichen Fernsehen bei einer Größe von 1,76 Metern und einem Gewicht von 49 Kilogramm, das entspricht einem BMI von 15,8, was laut WHO in die Kategorie ‚starkes Untergewicht‘ zu zählen ist, dass sie sich zwar nicht fett fände, aber dennoch drei Kilo weg müssten, weshalb sie ihre Ernährung reduzieren und mehr Sport treiben werde. (vgl. Posch 2009: 88)

Nachdem nun überblicksartig ein Eindruck darüber gewonnen werden konnte, welche Individuen tendenziell weniger mit ihrem eigenen Körper zufrieden sind, soll nun auf mögliche Ursachen für diesen Umstand eingegangen werden.

Wie etwas weiter oben im Zusammenhang mit der steigenden Körperunzufriedenheit von Männern bereits erwähnt, stellen unter anderem die gesellschaftlichen Gegebenheiten einen Faktor für den steigenden Unmut hinsichtlich des eigenen Körpers dar. Ähnlich wie Steins kommt auch Waldrich zu dieser Auffassung, denn er meint

*„[w]ährend in nicht-westlichen Kulturen die Beschaffenheit des Körpers kaum ein Thema ist, stehen die Menschen in den Industrienationen unter dem Diktat, schlank sein zu müssen. [...] Unterdessen befasst sich nicht nur ein immer größer werdender Anteil der Menschen mit Abspecken, - die gesamte Gesellschaft hat etwas Magersüchtiges.“ (Waldrich 2004: 9)*

Dabei ist das Maß an Einfluss des Ideals auf die einzelnen Individuen ausschlaggebend. Je mehr sich diese nach ihm orientieren, desto schwerwiegender ist die Körperverdrossenheit der Menschen. (vgl. Waldrich 2004: 9)

Eine weitere interessante These zu diesem Thema ist in der Publikation „Bodies. Schlachtfelder der Schönheit“ von Susie Orbach zu finden. Diese begründet das Phänomen der Körperunzufriedenheit wie folgt:

*„ [D]ie Tatsache, dass wir unseren Körper umgestalten können, macht ihn zum Gegenstand einer Unzufriedenheit, die überwindbar ist. Die Überwindung dieser Unzufriedenheit ist heute ein weitverbreitetes Thema. Sie ist Gegenstand quälender Beschäftigung, individueller Verantwortung und politischer Bestrebungen [...]“, (Orbach 2010: 34)* was nicht zu Letzt unschwer an den Möglichkeiten und besonders am Angebot diverser Produkte und Dienstleistungen, zu Gunsten von zum Teil sogar irreversiblen Körpermodifikationen in Form von Schönheitsoperationen, erkennbar ist.

Die wachsende Unzufriedenheit führen auch andere AutorInnen auf die zunehmenden Möglichkeiten und die vorherrschenden Denkweisen zurück. Diese implizieren laut Posch eine permanente Unvollständigkeit des eigenen Selbst, von der ein ständiger Zwang zur Weiterentwicklung herrührt. (vgl. Posch 2009: 132)

So schreibt sie:

*„[W]er sich nicht weiterentwickelt ist nicht modern. [...] Menschen »dürfen« gemäß dieser Lebenshaltung gar nicht längerfristig zufrieden sein, auch nicht mit ihrem Körper. Sie werden durch die fraglos Chancen eröffnenden Entwicklungsmöglichkeiten stetig dazu angeregt, sich zu verändern. Der effektivste Motor der Veränderung jedoch ist nicht plumpe Nachahmung von Möglichkeiten oder äußerlicher Zwang, sondern innere Unzufriedenheit.“ (Posch 2009:133f.)*

Demnach liegt der Ursprung der Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper nicht am Individuum selbst, sondern wird auf den vorherrschenden Zeitgeist zurückgeführt. Eine genaue Abhandlung der Beschaffenheit der westlichen Gesellschaft, die zu eben

thematisierter Körperunzufriedenheit führt, ist im Kapitel "Der Wandel der Relevanz des Äußeren" zu finden. Des Weiteren wird dieses Kapitel auch im empirischen Teil nochmals aufgegriffen. Es sollen daraus Hypothesen generiert und diese, anhand der vorliegenden, aus dem Fragebogen gewonnenen Daten, verifiziert beziehungsweise falsifiziert werden.

## 2.7 Der Nutzen von Schönheit

Die vorhergehenden Kapitel handeln unter anderem von der gesteigerten Relevanz des Äußeren, vom Schönheitsideal und seiner Wirkung auf die Individuen, von der Beeinflussung der Medien und der Körperunzufriedenheit. Nun ist es plausibel nach dem Sinn des scheinbar herrschenden „Körperwahns“ zu fragen. Dieses Kapitel soll sich also mit folgenden Fragen auseinandersetzen: Wozu das Schönheitsideal erstreben wollen? Wozu das Äußere, die Figur so wichtig nehmen? Welchen Nutzen ziehen die Menschen oder glauben sie zu ziehen, aus der so begehrten Schönheit?

Die Schönheit unterliegt vielen Zuschreibungen. Wer schön ist, ist erfolgreicher im Beruf und glücklicher in seinem Privatleben. Schönen Menschen wird zum Teil unbewusst eine höhere Kompetenz in ihrem Tätigkeitsbereich zugeschrieben, das dazu führt, dass sie nicht nur schneller zu einem Job gelangen, sondern auch größere Chancen auf höhere Positionen haben und damit besser bezahlt werden.

Das größere Glück im Privatleben rührt unter anderem von einer umfangreicheren Auswahlmöglichkeit an potentiellen Sexualpartnern. (vgl. Steins 1997:100)

*„[S]chöne Menschen haben es im sozialen Bereich leichter als weniger schöne Menschen. Schönheit wird in unserer Kultur anerkannt und honoriert. Schöne Menschen werden stärker begehrt, haben also mehr romantische Beziehungen und sind im Allgemeinen populärer, sozial geschickter und sexuell erfahrener.“  
(Steins 2007: 100)*

Somit liegt folgender Schluss nahe:

Wer sich verschönert, macht sich glücklicher, zufriedener und steigert sein Wohlbefinden, denn wer schön ist, hat mehr von seinem Dasein. (vgl. Posch 2009: 201) Bereits in der frühen Kindheit wirkt sich Schönheit vorteilhaft aus. Gut aussehende Kinder, die im Laufe der Zeit aufgrund ihrer ansprechenden Erscheinung mehr Aufmerksamkeit bekommen als andere, denen weniger positive Reaktionen zu Teil werden, entwickeln mit einem höheren Grad der Möglichkeit des Eintretens ein positiveres Selbstkonzept. (vgl. Steins 2007: 100) Auf ein ähnliches Ergebnis kommen auch Hans Weiss und Ingeborg Lackinger-Karger. „[A]ttraktive Babys erhalten mehr Zuwendung, attraktive Jugendliche werden in der Schule besser beurteilt“ (Weiss/Lackinger-Karger 2011: 11) schreiben diese und behaupten außerdem neben den schon genannten Aspekten der erleichterten Partnersuche und den besseren Jobchancen, dass auch Angeklagten vor Gericht, sind sie attraktiv, ein verhältnismäßig milderer Urteil ausgesprochen wird, als Menschen die über ein weniger anziehendes Äußeres verfügen. (vgl. Weiss/Lackinger-Karger 2011: 11) Des weiteren existiert die Auffassung, dass

*„[s]chöne Personen höhere Chancen haben, eine Wahl zu gewinnen, und dass ihnen bereitwilliger geholfen wird. Man kann also mit Recht behaupten, dass es in unserer Gesellschaft keinen Nachteil darstellt, wenn man als physisch attraktiv gilt.“ (Hanko 2001: 144, zit. nach Smith; McIntosh; Bazzini, 1999).*

Doch soll nun darauf eingegangen werden, dass es sich hier lediglich um Zuschreibungen handelt. Schönheit bringt nicht direkt Nutzen. Es ist vielmehr ein Versprechen des selbigen und ein Versprechen für Glück. (vgl. Posch 2009: 201; Weiss/Lackinger-Karger 2011: 11)

Die oben angeführten Vorteile, die schönen Menschen beigemessen werden, können sich tatsächlich als solche erweisen, müssen es aber nicht. Der Attraktivität wird auch schon seit sehr langer Zeit Macht attribuiert, jedoch nicht in unmittelbarer Art und Weise, was anhand des folgenden Zitates unterstrichen werden kann:

*„[M]acht, die von einem schönen Körper herrührt, ist in ihren Ursprüngen indirekt und nicht handlungsbezogen, da sie von den Blicken und Bewertungen der Anderen abhängig ist. Sie kann in Handlungsmacht münden, insofern sie Möglichkeiten eines realen Machtzuwachses eröffnet.“ (Posch 2009: 202)*

Schönheit alleine ist also weder Garant für Glück und Erfolg noch für Macht. Der Nutzen von Schönheit ist nicht eindeutig wissenschaftlich belegt. Sicher ist jedoch, dass wir ständig mit ihr konfrontiert werden und zwar einerseits über die Medien und andererseits mit pseudowissenschaftlichen Erkenntnissen, die uns aufzeigen sollen, von welcher großem Vorteil Attraktivität ist. Doch anhand des folgenden Beispiels soll geschildert werden, dass diese Studien häufig irreführend sind.

Das österreichische Nachrichtenmagazin Profil titelte in seiner sechsten Ausgabe 2009: „[E]s gibt keine glücklichen dicken Kinder“. (Buchacher 2009: 74f.) Diese Erkenntnis basierte auf einem Interview mit einer Wiener Psychologin, die folgendes Statement abgab: „[M]an muss sich von der Vorstellung lösen, dass stark übergewichtige Kinder und Jugendliche im vollen Ausmaß glücklich sind.“ (Dietrich 2009: 74) Während die Psychologin zum einen von „stark übergewichtigen Kindern und Jugendlichen“ spricht und zum anderen über „Glück im vollen Ausmaß“, trifft der Autor des Artikels eine unrichtige, verkürzte und verallgemeinernde Aussage. Ergebnisse von Studien werden häufig verfälscht dargestellt. (vgl. Posch 2009: 203) Die Kernaussage dahinter ist aber deutlich zu erkennen. Menschen die dem Schlankheitsideal nicht entsprechen, haben es schwer im Leben. Dies trifft schon auf die Kleinsten zu. Der Schönheit wird damit suggeriert, dass man durch sie das Leben einfacher meistern kann.

*„[D]er Nutzen von Schönheit ist nicht nur, aber auch eine bewusst von der Schönheitsindustrie verbreitete und bereitwillig von Medien rezipierte Botschaft. Dies soll nicht unterstellen, Schönheit nütze nicht. Aber meine These ist, dass Bombardement mit der Nutzentheorie durch Verschönerungen nicht nur ein strategisches ist, das zu Marketingzwecken unablässig und subtil eingesetzt wird, sondern auch, dass diese Bombardement etwas im Menschen bewirkt.“*  
(Posch 2009: 205)

Diese These drückt aus, dass das Denken der Menschen durch die ständige Konfrontation vom Schönheitsideal und die Suggestionen vom Nutzen der Schönheit, beeinflusst wird. Dies spiegelt sich etwa in einer von der Frauenzeitschrift Brigitte durchgeführten Studie wider. Befragt wurden insgesamt 28.000 LeserInnen zum Thema

Schönheit, mit dem Ergebnis, dass circa 90% der Frauen, die an der Umfrage teilnahmen, befanden, dass jemand der gut aussieht, bessere Chancen im Job und mehr Möglichkeiten im privaten Bereich hat. (vgl. Weiss/Lackinger Karger 2011: 11) Schenkt man dem, was die Medien und vor allen Dingen die Werbung täglich aussendet, Glauben, dann müssten schöne Menschen eigentlich rundum glücklich sein. Doch ist dies ein vorschneller Schluss. Laut zwei verschiedener Studien sind etwa Models, häufig deprimiert, weil es ihnen zum Teil nicht möglich ist, ihre psychischen Grundbedürfnisse zu befriedigen. Hauptberufliche Mannequins sind davon besonders betroffen. Gegenüber Menschen mit anderen Jobs schneiden diese, trotz Schönheit, besonders schlecht ab, was den Bereich der Lebenszufriedenheit betrifft. Sie sind laut einer der beiden Studien unglücklicher als andere, weil Bedürfnisse wie Bindung und Stabilität nicht in einem zureichenden Maß befriedigt werden können. (vgl. Posch 1009: 207)

*„[M]an kann das ignorieren und sagen, jeder Mensch ist auf seine Weise schön und bei all dem Gerede und Getue um Schönheit handelt es sich um einen kollektiven Wahn – einen Schönheitswahn. (Weiss/ Karger 2011: 11)*

## **3. Empirischer Teil**

### **3.1 Forschungsmethode**

Es wurden sechs qualitativ-explorative Interviews mit jeweils drei Frauen und drei Männern durchgeführt. Der Auswahlvorgang der Interviewpartner, welche zwischen 24 und 33 Jahre alt waren, erfolgte willkürlich.

Die Einstiegsfrage „Wie zufrieden bist du mit deinem Körper?“ sollte dabei in allen durchgeführten Befragungen als Impuls für die Auseinandersetzung und Erzählung der eigenen Körpergeschichte gelten. Anschließend wurden die Gespräche transkribiert und einer ersten Analyse unterzogen. Aus dieser Untersuchung ergab sich das zentrale Forschungsinteresse, welche im nachstehenden Kapitel genau beschrieben wird.

Im nächsten Schritt wurde ein quantitatives Erhebungsinstrument konstruiert. Dieses basiert einerseits auf theoretischen Überlegungen im Vorfeld dieser Arbeit, andererseits auf Erkenntnissen der qualitativen Interviews sowie auf einer eingehenden Literaturrecherche.

Der Fragebogen umfasst 175 Variablen. Zum Ausfüllen des Fragebogens ist es notwendig, eine Zeit von durchschnittlich 15 Minuten aufzuwenden. Das Erhebungsinstrument beinhaltet neben Fragen zur Demographie, wie zum Beispiel Geschlecht, Alter und Bildung, eine Reihe von Statements zum eigenen Körperempfinden, die je nach Befindlichkeit zumeist auf einer 4-stufigen Likert- Skala bewertet werden sollen.

Des Weiteren sind retrospektive Fragebatterien in die Fragen integriert, die Aufschluss über Verhaltensweisen, Werthaltungen und gesellschaftliche Einflüsse im Teenageralter geben sollen. Außerdem erhebt der Fragebogen die Relevanz der Figur im Bezug auf Andere und beschäftigt sich mit der Bereitschaft zu Körpermodifikationen. Neben Angaben zur eigenen Figur, wie etwa dem Gewicht, sowie der Körper- und Kleidergröße soll außerdem einzelnen Lebensbereichen Wichtig- oder Unwichtigkeit zugeschrieben werden.

Der darauffolgende Vorgang gilt der Datenakquirierung. Im Zuge dieser wird ein Online-Fragebogen erstellt und mittels Schneeballverfahren überwiegend an Männer und Frauen zwischen 20 und 40 Jahren weitergeleitet. Beim Schneeballverfahren oder Schneeballprinzip werden „[a]usgehend von einer Person, die von dieser benannten Person befragt.“ (Diekmann 2007: 300)

Im Weiteren werden die Typen mithilfe von Mittelwertvergleichen und Kreuztabellen genauer analysiert und anhand der Ergebnisse beschrieben.

Die Mittelwertvergleiche der mehrstufigen Skalen werden anhand einer Varianzanalyse durchgeführt. Eine Varianzanalyse wird dann verwendet, wenn die Unterschiede in den Mittelwerten zwischen mehr als zwei Gruppen herausgefunden werden sollen. Dabei wird die gesamte beobachtete Varianz zwischen den Gruppen und auch jene innerhalb der Gruppen zerlegt. Aus diesem Verhältnis wird eine Prüfgröße berechnet, mit der ein Signifikanztest realisiert wird. (vgl. Schnell et al. 2008: 457) Da im vorliegenden Fall vier Gruppen miteinander verglichen werden sollen, erscheint eine Varianzanalyse am sinnvollsten.

Häufig werden als Voraussetzungen der einfaktoriellen Varianzanalyse die Homogenität der Varianzen, die metrische Verteilung der abhängigen Variable und die Normalverteilung der Werte in der Grundgesamtheit vorgegeben. (vgl. Backhaus et al. 2000: 98f.) Die Varianzhomogenität wird mit dem Levene-Test geprüft. Als Alternative wird im Fall einer Verletzung dieser Annahme der Welch-Test berechnet, der keine Varianzhomogenität erfordert.

Um die einzelnen Gruppen voneinander zu unterscheiden, werden zusätzlich post hoc Tests berechnet. Dabei wird bei gegebener Varianzhomogenität der Scheffé Test berechnet, andernfalls wird auf den Tamhane T2 Test zurückgerufen, ein Testverfahren, dass ohne die Annahme gleicher Varianzen auskommt. (vgl. Brosius 2011: 511)

Die Voraussetzung der metrisch skalierten Variablen ist zum Teil nicht gegeben, jedoch ist diese Analysemethode laut Backhaus (vgl. Backhaus et al. 2000: 99f.) relativ robust

was die Verletzungen der eben genannten Voraussetzungen betrifft. Auch Nina Baur kommt in ihrem Aufsatz über das „Ordinalskalensproblem“ zu dem Schluss:

*„[G]rob lässt sich sagen, dass Statistiker im Allgemeinen fordern, solche Variablen als ordinalskaliert zu interpretieren, während zahlreiche empirische Sozialforscher eher der Ansicht sind, dass man solche Variablen unter Vorbehalt als intervallskaliert interpretieren darf.“ (Baur 2008: 281)*

Die im vorliegenden Falle zumeist 7- beziehungsweise 4-stufigen Skalen können somit als metrisch skaliert übernommen werden. Die Prüfung der Normalverteilung der abhängigen Variable ist nicht zwingend erforderlich, da sich die Stichprobengröße auf über 30 Fälle beläuft. Im Falle einer so kleinen Stichprobe wäre es notwendig etwa einen Test auf Normalverteilung durchzuführen, es gilt für die vorliegende Stichprobengröße von 206 Fällen jedoch der zentrale Grenzwertsatz, daher ist eine solche Überprüfung nicht zwingend. (vgl. Stevens 1999: 75)

Des Weiteren wird für die einzelnen Ergebnisse das Zusammenhangsmaß  $\eta$  berechnet, um die Effektstärke der nominalskalierten unabhängigen Variable (in diesem Fall die vier Typen) auf eine intervallskalierte abhängige Variable einschätzen zu können.  $\eta$  kann Werte von 0-1 annehmen. (vgl. Benninghaus 2007: 228) In vorliegender Arbeit wird das  $\eta$  jeweils für den Zusammenhang zwischen zwei Typen berechnet und nicht global für den Vergleich aller vier Typen, weil dieser Wert in der Darstellungsform sinnvoller erscheint.

Cohen schlägt eine Einteilung der Effektgröße nach großen, mittleren und kleinen Effekten vor. In Anlehnung an die Einteilung der  $\eta^2$  nach Cohen (vgl. Cohen 1988: 283) kann für diese Arbeit ein  $\eta$  von 0,1 als kleiner Effekt, ein  $\eta$  von 0,24 als mittlerer Effekt und ein  $\eta$  von 0,37 als großer Effekt angenommen werden.

Die Kreuztabellen werden generell zur Ermittlung der Antworttendenzen verwendet. Eine Kreuztabelle oder auch Kontingenztafel besteht in der Regel aus einer Kreuzung zweier Variablen. Sie enthält nicht nur die Häufigkeitsverteilung der jeweiligen Variable sondern auch die „gemeinsame“ Verteilung. (vgl. Schnell et al: 2008: 443) Sie dient zur

Prüfung von Hypothesen, wobei der Zusammenhang zwischen einer Variablen X und einer Variable Y den Ausgangspunkt darstellt. (vgl. Diekmann 2009: 56) „Treten bestimmte Ausprägungskombinationen relativ häufiger auf als andere, so kann man von einem Zusammenhang zwischen Variable X und Variable Y sprechen.“ (vgl. Diekmann 2009: 56)

Der bei Kreuztabellen angewendete Chi-Quadrat Test wird in vorliegender Arbeit verwendet, wenn die abhängige Variable dichotome oder trichotome Ausprägungen aufweist. Der ermittelte Chi- Quadrat Wert überprüft, ob die beobachteten Werte von der Indifferenztabelle abweichen. (vgl. Schnell et al. 2008: 411)

Zur Ermittlung der Zusammenhangsgröße wird das Chi-quadrat basierte Cramers V verwendet, da diese Prüfgröße im Gegensatz zum Chi-Quadrat nicht von der Stichprobengröße und der Anzahl der Freiheitsgrade verzerrt wird. Außerdem bewegen sich die Werte immer zwischen 0 und 1 was der besseren Vergleichbarkeit dienlich ist. Gegenüber anderen Zusammenhangsmaßen wie etwa Phi, hat es den Vorteil, auch für größere Tabellen geeignet zu sein. (vgl. Janssen/ Laatz 2007: 270) In der Fachliteratur gibt es keine einheitlichen Bestimmungen über die Stärke des Zusammenhangs.

In vorliegender Arbeit werden Werte unter 0,2 als schwache 0,2 - 0,4 als mittel und über 0,4 als starke Zusammenhänge beurteilt. (vgl. Cohen 1988: 22) Zur Überprüfung der Forschungshypothese, dass das Äußere zwischen Teenager und Erwachsenenalter an Relevanz verliert, wird ein t-Test bei gepaarten Stichproben verwendet. Die Begründung findet sich im Kapitel „Überprüfung der zentralen Forschungshypothese“.

## 3.2 Forschungsinteresse

Im Zuge der Befragung soll der Wandel der Relevanz des Äußeren und insbesondere der Figur zwischen Teenager und Erwachsenenalter erforscht werden. Es wird davon ausgegangen, wie bereits eingangs erwähnt, dass sich der subjektiv empfundene Stellenwert der Figur für ein Individuum im Laufe der Zeit verringert, was auch einen Wandel der Relevanz des Körpers impliziert.

Im Zuge der qualitativen Erhebung kann herausgefunden werden, dass sich, besonders in der Zeit zwischen Jugendphase und Erwachsenenalter, ein Umbruch vollzieht. Das Äußere scheint in Bezug auf die Selbstdarstellung nach außen hin an Relevanz zu verlieren.

Nachdem diese Hypothese, wie etwas weiter unten angeführt, verworfen werden kann, richtet sich der Fokus vor allem auf die Relevanz der Figur in der heutigen Zeit. Von besonderem Interesse ist demnach der unterschiedliche Stellenwert der Figur bei den einzelnen TeilnehmerInnen der Befragung, die Faktoren auf die diese Unterschiede zurückzuführen sind und die unterschiedlichen Schönheitshandlungen sowie Selbstwahrnehmungen die daraus hervorgehen. Daraus resultierend werden vier Typen gebildet, die sich nach der Relevanz der Figur in der Gegenwart unterscheiden und anhand ausgewählter Variablen genauer beleuchtet.

### 3.3 Stichprobenbeschreibung

Die Einschränkung auf die Altersgruppe zwischen 20 und 40 erscheint aufgrund der großen Anzahl von retrospektiven Fragen zur Lebenseinstellung im Teenageralter sinnvoll, da Personen mit zunehmendem Lebensalter intensivere Erinnerungsarbeit leisten müssen, um die Fragen über ihre Teenagerzeit akkurat beantworten zu können, als jüngere Personen, bei denen dieser Lebensabschnitt kürzer zurückliegt. Bei den Personen unter 20 Jahren liegt die Vermutung nahe, dass die subjektiv empfundene Teenagerzeit zeitlich gesehen zu nahe am Zeitpunkt der Befragung liegt, was wiederum impliziert, dass der Abstand zu dieser Lebensphase nicht ausreicht, um den Fragebogen adäquat beantworten zu können.

Bei den 206 Personen, die an der Befragung teilnahmen, stellt sich ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis ein. Es handelt sich um 51,9 % Frauen und 48,1 % Männer, wobei hiervon 44, 1% in einer Partnerschaft leben und 19,9 % angeben, verheiratet beziehungsweise verpartnert zu sein. Mehr als ein Drittel aller Befragten (35%), deklariert sich als Single, zwei Personen sind verwitwet.

Die Altersverteilung der RespondentInnen ist anhand folgender Grafik dargestellt:

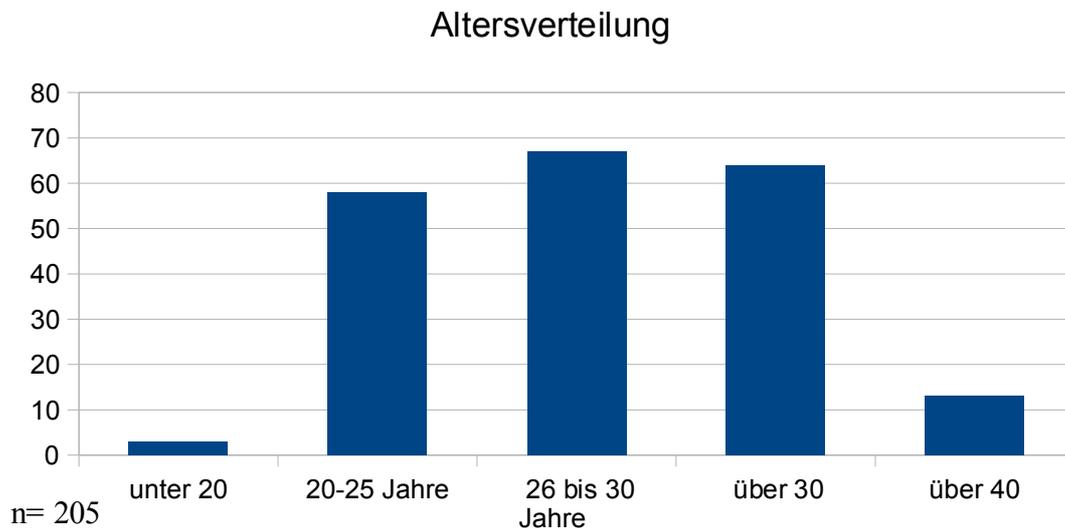


Abbildung 1: Altersverteilung

Bei eingehender Betrachtung der oben abgebildeten Grafik geht hervor, dass 92, 2% der Befragten im Bereich der Zielgruppe liegen. Zum Zeitpunkt der Befragung haben 13 Personen das vierzigste Lebensjahr überschritten, drei Personen sind hingegen knapp unter 20 Jahre alt.

Die folgende Grafik soll Aufschluss über die Statur der BefragungsteilnehmerInnen geben. Die Kategorisierung wird nach der im Kapitel „Der Body Mass Index“ vorgestellten Tabelle vorgenommen.

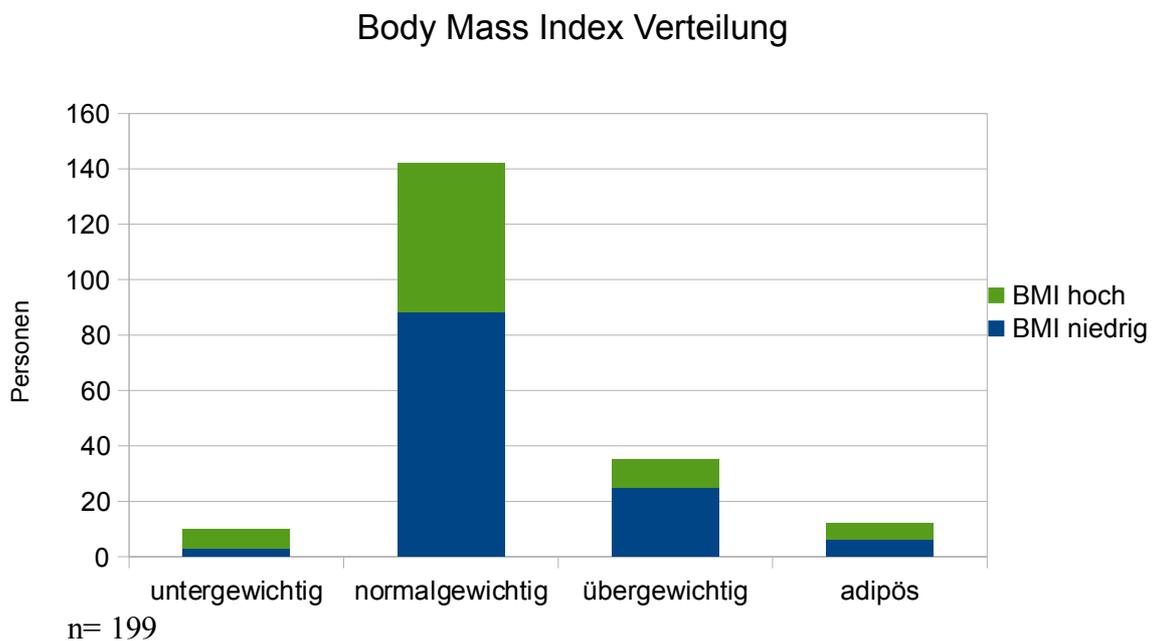


Abbildung 2: Body Mass Index Verteilung

Anhand der abgebildeten Grafik wird klar ersichtlich, dass der Großteil der RespondentInnen in den Bereich des Normalgewichts einzustufen ist. Bedient man sich der im Kapitel „Der Body Mass Index“ angegebenen, genaueren Abstufung der einzelnen Kategorien, so teilen sich jene BefragungsteilnehmerInnen, die in den Bereich normalgewichtig kategorisierten werden, folgendermaßen auf. Die Überzahl, also 87 Personen, befindet sich in der unteren Sparte des Normalgewichts, 54 Personen nehmen ihren Platz im oberen Bereich des Normalgewichts ein.

Von den insgesamt 47 Personen, die laut WHO mit einem BMI ab 25 zu den Übergewichtigen zählen, ist mehr als die Hälfte prä-adipös im unteren Feld, das heißt

diese Befragten überschreiten den BMI von 25 nur knapp. Weitere zehn Personen befinden sich laut der Grenzwerte der WHO im oberen prä-adipösen Bereich, beide Vorstufen von Adipositas sind in obiger Grafik als Übergewichtige ausgewiesen. Lediglich zwölf Personen werden explizit in eine der drei adipösen Klassen gezählt, welche bereits im Kapitel 2.2 klar definiert werden. Rund ein Drittel der Befragten (32,5%) hat weder die Matura, noch die Berufsreifeprüfung absolviert. Davon verfügt die Mehrheit, über einen Lehrabschluss. Weitere 21 Personen hatten zum Zeitpunkt der Erhebung einen Fachschulabschluss. Sechs Personen geben als höchste abgeschlossene Bildung einen Hauptschulabschluss an. Lediglich ein Respondent hat, der Stichprobe zufolge, keinen Schulabschluss. Der Großteil aller 206 Befragten allerdings hat mindestens Matura (27, 7%) oder absolvierte die Berufsreifeprüfung (4,9%). Das verbleibende gute Drittel (34, 9%) bildet sich aus AkademikerInnen und AbsolventInnen einer Fachhochschule. Dies deckt sich auch mit dem hohen Prozentsatz an Angestellten. Etwa die Hälfte (48,1%) steht zum Zeitpunkt der Erhebung in diesem Arbeitsverhältnis, während sich 19, 4% als Studierende bezeichnen und sich weitere 3,4% in Ausbildung befinden. Die Anzahl der Selbständigen der Stichprobe beläuft sich auf 7,8 %, der verbleibende Teil bildet sich aus ArbeiterInnen (12,1%) und Personen, die als Haupttätigkeit (9,2%) 'sonstiges' angeben.

Folgt man den Abstufungen der EinwohnerInnenzahlen hinsichtlich der Klassifikationen von Stadtgrößen, die im Wirtschaftslexikon Gabler aufgelistet sind, so ergibt sich in der Stichprobe folgendes Bild über die Herkunft der Befragten. ([wirtschaftslexikon.gabler.de](http://wirtschaftslexikon.gabler.de))

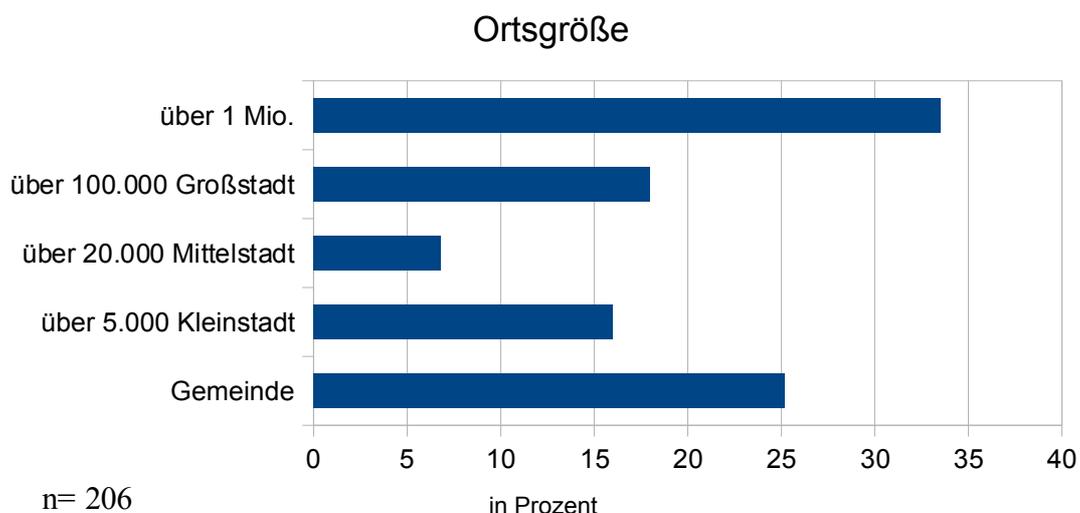


Abbildung 3: Ortsgröße

Die Mehrheit der Befragten lebt demnach im städtischen Gebiet, zirka ein Drittel wohnt in einer Stadt mit mehr als einer Million EinwohnerInnen. Die Anzahl der aus dem ländlichen Raum kommenden Befragten beträgt 45%, davon ist ein Viertel aller TeilnehmerInnen der Umfrage in einer Gemeinde mit unter 5000 Einwohnern beheimatet. Die verbleibenden 16,1% geben an, ihren Wohnsitz in einer Kleinstadt zu haben. Die subjektive Empfindung der BefragungsteilnehmerInnen entspricht jedoch nicht vollständig den vorhergehenden Beschreibungen, was sich durch nachstehende Grafik zeigt.

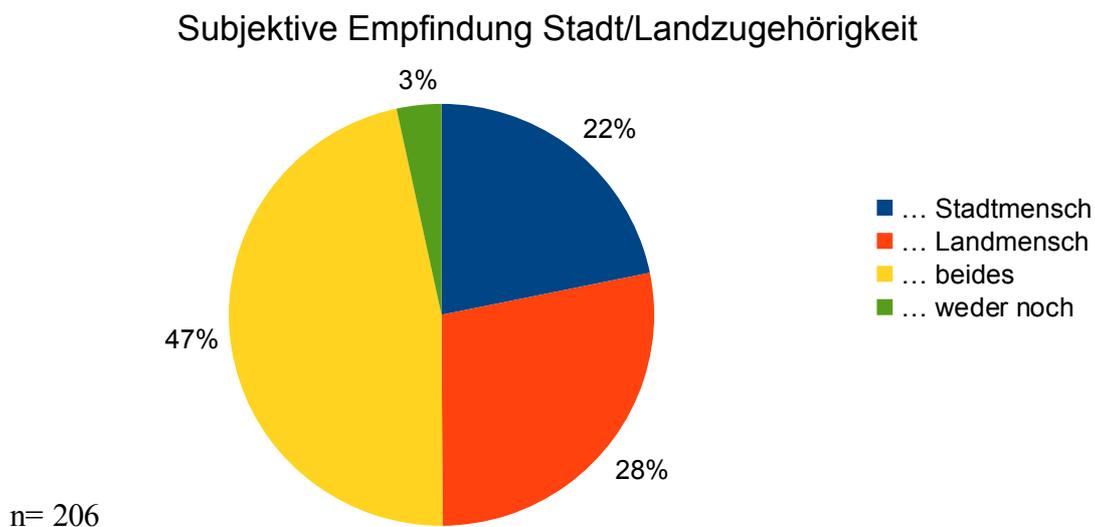


Abbildung 4: Subjektive Empfindung Stadt/Landzugehörigkeit

Während knapp 60% in einer Mittelstadt, einem Ort mit mindestens 20.000 EinwohnerInnen oder bezogen auf die EinwohnerInnenzahl, noch größeren Ballungsraum leben, geben nur 22% an, sich als Stadtmensch zu fühlen. Die meisten RespondentInnen identifizieren sich sowohl mit dem urbanen, als auch mit dem ländlichen Raum. Eine genauere Analyse zeigt, dass es sich bei diesen BefragungsteilnehmerInnen vor allen Dingen um jene handelt, die in einer Stadt mit mehr als einer Million EinwohnerInnen sesshaft sind. Vermutlich betrifft dies jene Menschen, die am Land aufgewachsen und in die Stadt gezogen, sind oder jene, die nach langer Zeit ihren Wohnsitz von der Stadt aufs Land verlegt haben. Personen, die in einem Ort mit weniger als 5000 EinwohnerInnen beheimatet sind, fühlen sich, anders als eben Thematisierte, tendenziell auch als Landmenschen. Mit anderen Worten, je kleiner die Ortsgröße, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Wohnumgebung mit dem subjektiven Stadt/Land-Zugehörig-

keitsgefühl übereinstimmt. RespondentInnen, die sich für die Option 'weder noch' entscheiden, sind in allen Ortsgrößen zu finden. Sie machen 3 % der Personen, die an der Umfrage teilgenommen haben, aus. Aufgrund der geringen Fallzahl ist es hier nicht möglich, eine Interpretation dieses Antwortverhaltens abzugeben.

### 3.4 Überprüfung der zentralen Forschungshypothese

Im Folgenden soll die eingangs aufgestellte Hypothese, dass die Figur zwischen Teenager und Erwachsenenalter im Leben des einzelnen einem Bedeutungsrückgang unterliegt, überprüft werden.

Hierzu werden die Daten aus den beiden im Fragebogen abgefragten Skalen „Wie wichtig ist Ihnen ihre Figur heute?“ und „Wie wichtig war Ihnen ihre Figur damals“ einem t-Test mit gepaarten Stichproben unterzogen. Die Skalenniveau reicht von 1 bis 10 wobei bei der Nennung des Wertes 1 ein geringer Stellenwert der Figur ausgedrückt wird und bei der Angabe des Wertes 10, der Figur ein sehr hoher Stellenwert beigemessen wird. Es handelt sich im vorliegenden Fall um eine abhängige Stichprobe, da beide Variablen von den selben RespondentInnen beantwortet wurden. Der Einflussfaktor Zeit wird durch die retrospektive Frage „Wie wichtig war Ihnen ihre Figur damals?“ hergestellt. Der t-Test für abhängige Stichproben ist das geeignete statistische Verfahren, wenn *„[D]aten aus Untersuchungen mit Messwiederholung analysiert werden sollen.“* In diesem Fall wird eine Messwiederholung angenommen, da die Befragten zweimal auf die selbe Variable mit dem simulierten Faktor Zeit, geantwortet haben.(vgl: quantitative-methoden.de)

Die Ergebnisse der Analyse sollen durch folgende Tabellen dargestellt werden.

**Statistik bei gepaarten Stichproben**

		Mittelwert	N	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Paaren 1	Wichtigkeit Figur heute	7,00	206	2,281	,159
	Wichtigkeit Figur damals	6,04	206	2,877	,200

Der Mittelwert für die Variable 'Wichtigkeit Figur heute' ist um 0,96 höher als jener für die Variable 'Wichtigkeit Figur damals'. Das bedeutet, dass die Relevanz der Figur durchschnittlich circa um den Skalenwert 1 zugenommen hat.

**Korrelationen bei gepaarten Stichproben**

		N	Korrelation	Signifikanz
Paaren 1	Wichtigkeit Figur heute und Wichtigkeit Figur damals	206	,535	,000

Angegeben ist hier der Produktkorrelationskoeffizient nach Pearson. (vgl. Bühl 2008: 307) Er gibt an “[w]ie gut eine lineare Beziehung zwischen zwei Merkmalen erfüllt ist.“ (Hackl/Katzenbeisser 2000: 50) Der vorliegende Wert von 0,535 ist positiv. Dies bedeutet, je größer die Angabe des Skalenwertes für eine Variable ist, umso größer ist auch der erwartete Wert für die Angabe des zweiten Skalenwertes. Man spricht demnach von einer positiven Korrelation. (vgl Hackl/Katzenbeisser 2000: 50)

**Test bei gepaarten Stichproben**

	Gepaarte Differenzen				T	df	Sig. (2-seitig)	
	Mittelwert	Stand. abw.	Standard f. Mittelw.	95% Konf.int. der				
				Differenz				Untere
Paar en 1 Figur heute Figur damals Wichtigkeit	,951	2,541	,177	,602	1,300	5,374	205	,000

Der t-Test zeigt, dass sich die 2-seitige Signifikanz auf den Wert von 0,00 beläuft. Das heißt, dass sich der subjektiv empfundene Stellenwert der Figur zwischen Teenager – und Erwachsenenalter signifikant verändert. Bezieht man die Mittelwerte der beiden Skalen ein, so kann die Forschungshypothese, dass der gefühlte Stellenwert der Figur im Wandel vom Teenager- zum Erwachsenenalter abnimmt, verworfen werden.

Da es sich bei der vorliegenden Stichprobe um keine Zufallsstichprobe handelt, gibt das nächste Kapitel lediglich Aufschluss über das Antwortverhalten der 206 RespondentInnen des Fragebogens. Die Ergebnisse können nicht verallgemeinert werden, und dienen nur auf die Stichprobe bezogen für die Untermauerung der Literatur.

### Unzufriedenheit mit der Figur

Auffällig ist die hohe Zahl der fehlenden Antworten beim Versuch der Ermittlung der Diskrepanz zwischen Ideal- und Wunschfigur. Mittels Abbildungen verschiedener Körper im Spektrum von leicht anorektischen bis leicht adipösen Dimensionen, sollte einmal die Ziffer unter dem Körper, der der Realfigur und einmal die Ziffer unter dem Körper, der der Wunschfigur entspricht im online Fragebogen ausgewählt werden. Von insgesamt 206 Befragten beantworteten nur 55 Personen die beiden Fragen ausreichend, sodass eine Auswertung vorgenommen werden kann. Bei den Männern ist der *non-response (Def.)* mit 86 Fällen wesentlich höher als bei den weiblichen RespondentInnen, unter denen sich die Zahl der *missings* auf 65 Fälle beläuft. Klar erkennbar sind in dieser Grafik die soeben erläuterten fehlenden Antworten.

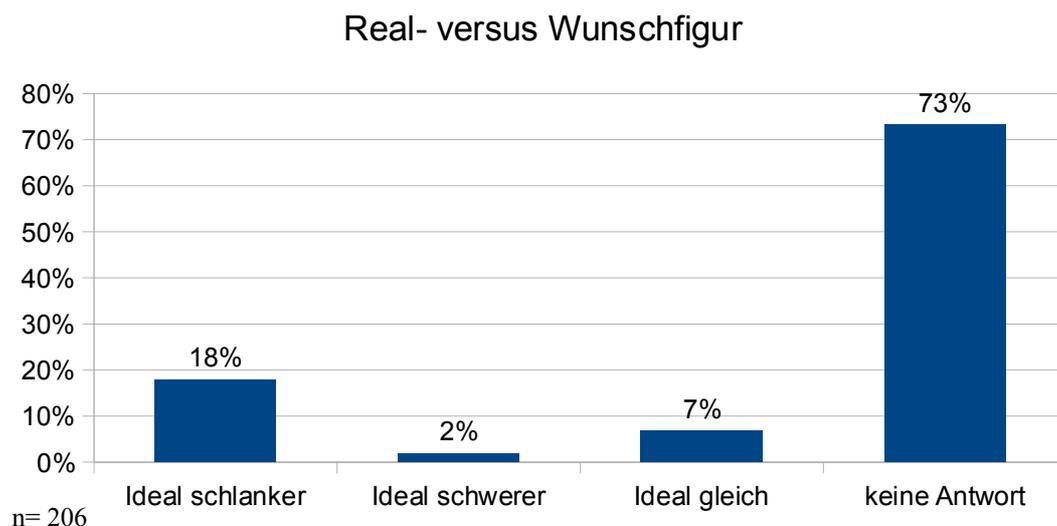


Abbildung 5: Real- versus Wunschfigur

Der hohe Ausfall an Antworten auf diese Frage kann auf diverse Faktoren zurückgeführt werden. Einerseits ist es möglich, dass sich die RespondentInnen mit keiner der Abbildungen identifizieren können, da diese nicht die gesamte Bandbreite an verschiedenen Körperformen abdecken. Andererseits kann die Frage aufgrund des hohen Grades an Selbstreflexion, die zur Beantwortung aufzubringen ist, schwierig zu beantworten sein. Mangelnde Kompetenz sich selbst einzuschätzen oder auch die Unannehmlichkeit, sich mit einem unerreichten Ideal identifizieren zu müssen, könnten weitere Gründe für die hohe Ausfallquote darstellen.

Obwohl die Stichprobengröße relativ gering ist, sollen diese Ergebnisse dennoch nicht vorenthalten werden. Jene TeilnehmerInnen der Umfrage sollen berücksichtigt werden, die beide Fragen regulär beantwortet haben. Dazu werden die Personen, die keine Antwort abgegeben haben, von der Analyse ausgeschlossen. Die verbleibenden 55 Personen werden im nächsten Schritt auf hundert Prozent aufgerechnet. Das Ergebnis ist in untenstehender Grafik veranschaulicht.

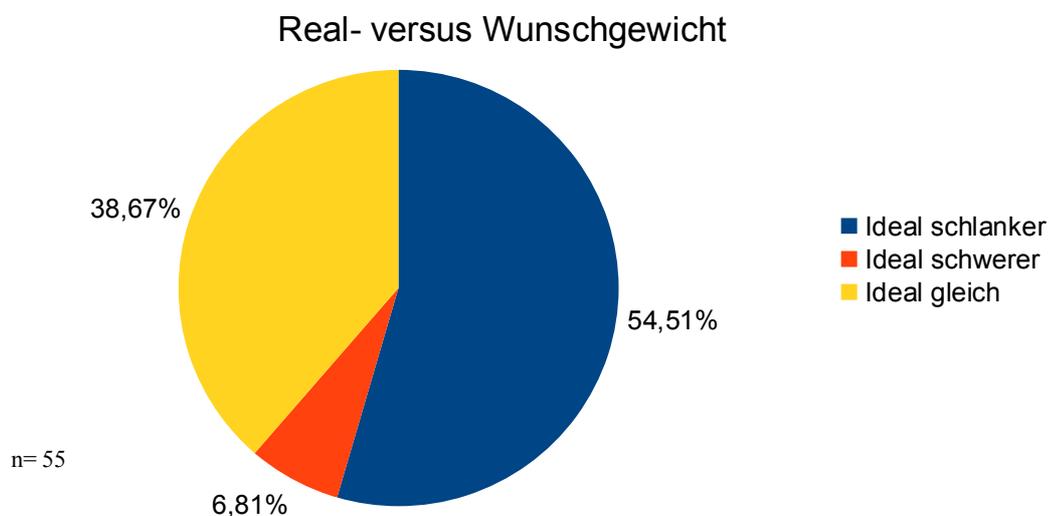


Abbildung 6: Real- versus Wunschgewicht

Der Grafik zufolge wünschen sich weit mehr als die Hälfte der Befragten, nämlich 67,27%, schlanker zu sein. Weitere 7,27%, vorwiegend männliche Respondenten, hegen den Wunsch schwerer zu sein und für etwa 25% stimmen Real- und Idealfigur überein. Der Wunsch nach Veränderung der Figur ist bei den meisten gegeben. Das spiegelt sich auch in den Angaben zur Skala 'ich möchte meine Figur verändern/ich möchte das

*meine Figur so bleibt'* wider. Mehr als zwei Drittel (70,4%) der 206 Befragten finden sich auf der Seite im Bezug auf das Statement *'ich möchte meine Figur verändern'*, in mehr oder weniger ausgeprägter Stärke wider. Gänzlich mit der Figur zufrieden zu sein, geben nur 32 von insgesamt 206 RespondentInnen an, das sind 15,5% aller TeilnehmerInnen der Befragung.

Dieses Ergebnis bestätigt die These der gesteigerten Unzufriedenheit der Figur, die sich bereits oben im theoretischen Teil herauskristallisiert hat.

### **3.5 Die vier Typen allgemein**

#### **Typenbildung**

Diese Arbeit bedient sich einer besonderen Methode, um die empirisch gewonnenen, komplexen Daten aus dem Fragebogen so darzustellen, dass nicht nur eine gute Übersicht über ebendiese gewonnen werden kann, sondern sie ermöglicht es auch, einfache Zusammenhänge klar zu erkennen. Seit den Anfängen der empirischen Sozialforschung ist die Methode der Typenbildung bekannt und wird häufig eingesetzt. Schon Max Weber, der sich mit den drei unterschiedlichen Typen der legitimen Herrschaft auseinandersetzt, bedient sich dieser, um komplexe soziale Sachverhalte begrifflich zu erfassen. Ziel der Typenbildung ist, Max Weber spricht hier vom Begriff des Idealtypus, die Untersuchungselemente den unterschiedlichen Typen so zuzuordnen, dass sie innerhalb eines Typs möglichst homogen sind und zwischen den Typen eine große Heterogenität aufweisen. Außerdem gilt es die Elemente so zuzuordnen, dass sie sich gegenseitig ausschließen beziehungsweise nach bestimmten theoretischen Aspekten gänzlich unterscheiden. Im Falle der vorliegenden Arbeit beruht die angewandte Typenbildung auf einer Kombination von mehreren Elementen beziehungsweise auf mehreren Indikatoren. (vgl: qualitative-research.net)

In dieser Arbeit sollen vier unterschiedliche Typen charakterisiert werden, die mithilfe der Auswertung der beiden Skalen *'Wie wichtig war Ihnen Ihre Figur damals?'* und *'Wie*

*wichtig ist Ihnen ihre Figur heute?*' im Fragebogen generiert werden. Zur Bewertung der beiden Fragen stand jeweils eine zehn- stufige Skala zur Verfügung, wobei die Angabe eines niedrigen Wertes der Figur geringe bis gar keine bzw. die eines hohen Wertes große Bedeutung zuschreibt.

Zu Typ 1 werden alle Personen gezählt, die auf beiden Skalen einen Wert von mindestens acht angegeben haben. Somit setzt sich dieser aus allen Personen zusammen, die ihrer Figur sowohl in ihrer Teenagerzeit, als auch heute eine hohe Relevanz beimessen.

Als Vorlage für den Typ 2 dienen alle RespondentInnen, die auf den beiden Skalen zur Erfassung der Wichtigkeit der Figur einen Wert von unter 3 angegeben haben. Somit soll dieser Typ jene Befragte zusammenfassen, die ihrer Figur seit jeher eine geringe Bedeutung zuschreiben.

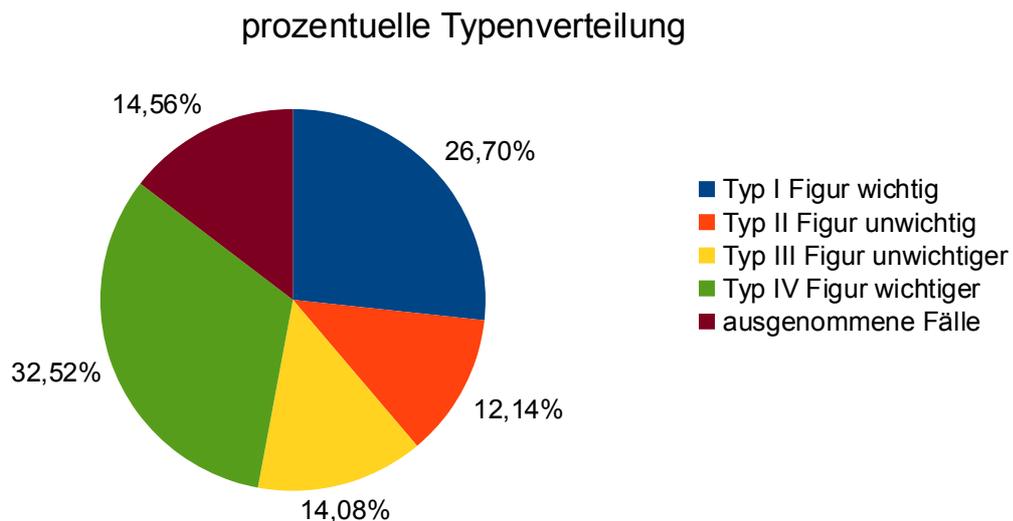
RespondentInnen, welche die Frage *'Wie wichtig war Ihnen ihre Figur damals?'* höher bewerten als jene nach der Bedeutung ihre Figur heute, werden zu Typ 3 gezählt. Hier werden demnach Menschen analysiert, für die die eigene Figur an Bedeutung verloren hat. Nicht berücksichtigt werden hier die Fälle, die sich in beiden Skalen innerhalb der Mittelkategorie wieder finden. Diese ist auf die Werte fünf, sechs und sieben eingegrenzt. Die Maßnahme, diese drei Fälle nicht in die Analyse mit einfließen zu lassen, gründet in der Überlegung, dass sich die gebildeten Typen klar von einander abgrenzen sollen und die unterschiedliche Bewertung der beiden Skalen hier zu gering ist, um eindeutige Aussagen über diesen Typ vornehmen zu können.

Typ 4 setzt sich aus Personen zusammen, die auf der zehn-stufigen Skala der Frage *'Wie wichtig ist Ihnen Ihre Figur heute?'* einen höheren Wert angeben, als bei der retrospektiven Frage nach der Wichtigkeit der Figur damals. Somit werden mit diesem Typ alle Personen beleuchtet, denen die eigene Figur im Laufe der Zeit wichtiger geworden ist.

Ausgeschlossen werden auch hier jene Befragten, die sich in der oben genannten Mittelkategorie bewegen. Dies beläuft sich auf elf Fälle und wird wie oben begründet.

Weiters werden Fälle der Mittelkategorie mit gleicher Wertangabe auf beiden Skalen ausgeschlossen. Dies erscheint insofern sinnvoll, als dass sie aufgrund der zu schwachen bzw. nicht vorhandenen Polarisierung zur Beschreibung der vier Typen nicht dienlich sind. Es handelt sich hierbei um insgesamt 16 TeilnehmerInnen.

In folgender Grafik, werden die Häufigkeiten der so gebildeten Typen dargestellt.



*Abbildung 7: prozentuelle Typenverteilung*

Deutlich zu erkennen ist hier die Dominanz jener Menschen, denen ihre Figur immer schon wichtig war, beziehungsweise wichtiger geworden ist.

Der absoluten Mehrheit, nämlich 59,22 Prozent der Befragten, stehen 26,22 Prozent gegenüber, denen die eigene Figur seit jeher unwichtig oder unwichtiger geworden ist. Zu diesem Ergebnis kommt auch Kluge, der ebenso ein steigendes, neues Körperbewusstsein und eine verstärkte Körperaufmerksamkeit in Zusammenhang mit Schönheit und Attraktivität während der vergangenen Dekaden feststellt. (vgl. Kluge et al. 1999: 11) Die Ursachen für den verstärkten Anstieg der Relevanz des Körpers der einzelnen Individuen sind dabei aber divers, wie im Kapitel „Der Wandel der Relevanz des Äußeren“ diskutiert wird.

Nach einer ersten, eingehenden Analyse der so gebildeten Typen, konnte jedoch festgestellt werden, dass die Unterscheidung der Typen vor allem nach Geschlecht

getroffen werden kann. Die Typen 3 'unwichtiger' und 4 'wichtiger' zeigen, dass sie sich nicht oder nur kaum voneinander unterscheiden. Sie wurden vor dem Hintergrund einer zeitlichen Veränderung im Bezug auf die Relevanz der Figur gebildet, basierend auf der in der Einleitung diskutierten These, dass sich der Stellenwert der Figur im Laufe des Alters ändert. Da die zeitliche Dimension aber laut den vorliegenden Daten nur sehr bedingt Aufschluss über Unterschiede im Antwortverhalten der Typen gibt, wird die zeitliche Dimension bei der Neubildung der Typen vernachlässigt und nur die subjektive Einschätzung des Stellenwertes der Figur in der Gegenwart, sowie das Geschlecht berücksichtigt, wie im folgenden Kapitel beschrieben wird.

### **Die finalen vier Typen**

Nach Berücksichtigung der oben angeführten Ergebnisse werden die vier zu beschreibenden Charaktere schließlich wie folgt gebildet.

Zu Typ 1 werden alle weiblichen Befragten gezählt, die auf die Frage *'Wie wichtig ist Ihnen Ihre Figur heute?'* auf einer Skala von eins bis zehn, wobei eins 'nicht wichtig' und zehn 'sehr wichtig' bedeutet, einen Wert von mindestens sieben angeben haben. Die Anzahl der Personen, die zu Typ 1 zählen, beläuft sich insgesamt auf 84 Respondentinnen.

Typ 2 setzt sich aus allen Respondentinnen zusammen, die auf zuvor beschriebener Skala einen Wert von weniger als sieben angekreuzt haben. Insgesamt umfasst Typ 2 somit 23 Frauen.

Bei Typ 3 handelt es sich um alle männlichen Befragten, die der Relevanz ihrer Figur auf selbiger Skala einen Wert von mindestens sieben zugeschrieben haben.

Mit Typ 4 werden schließlich jene männlichen Respondenten des Fragebogens beleuchtet, die zum Zeitpunkt der Befragung auf einer Skala von eins bis zehn zum Stellenwert der Relevanz der Figur einen Wert von unter sieben, angaben. Typ 4 basiert auf 38 Teilnehmern der Befragung.

Im Folgenden werden die Häufigkeiten der finalen Typen dargestellt.

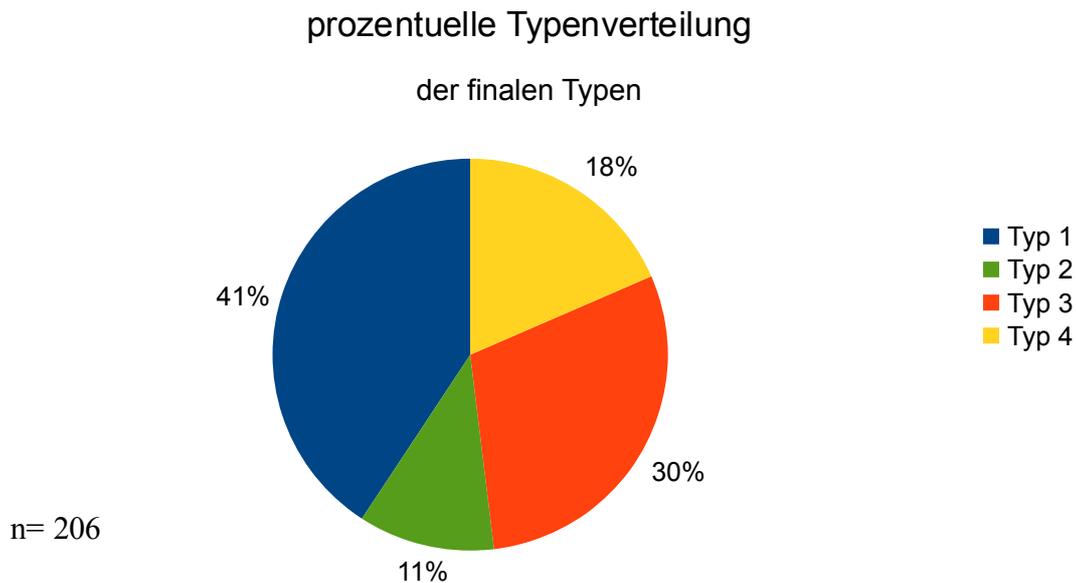


Abbildung 8:prozentuelle Typenverteilung

Deutlich zu erkennen ist die Mehrheit der Frauen, denen die Figur wichtig ist. Gefolgt von Männern die ebenso empfinden. Jene Menschen, welche die Figur als eher unwichtig einstufen sind hingegen weniger vertreten. Besonders die weiblichen Respondentinnen der Befragung geben dies nicht häufig an.

Die finalen vier Typen werden im Folgenden generell nach verschiedenen Bereichen unterschieden. Im Zentrum steht ihr unterschiedliches Antwortverhalten. Anhand von Signifikanztests soll herausgefunden werden ob statistische Zusammenhänge zwischen den einzelnen Typen und ihrem Verhalten beziehungsweise ihrer subjektiven Einstellung zu verschiedenen Statements, das jeweils durch die Antwort im Fragebogen ausgedrückt ist, bestehen. Auch die Stärke des Zusammenhang soll durch die Maße eta und phi angegeben werden.

Bei den Fragen handelt es sich einerseits um das jeweilige subjektiv empfundene, charakteristische Körperbild der verschiedenen Typen und andererseits um die Bereitschaft beziehungsweise tatsächliche Durchführung der aktiven Körpermodifikation. Diese wird durch die Analyse der durch den Fragebogen gewonnenen Daten hinsichtlich des Essverhaltens und der sportlichen Aktivitäten eingehend untersucht. Des Weiteren

werden die vier Typen anhand ihrer Beeinflussung des äußeren Umfeldes differenziert. Es handelt sich hierbei um die Relevanz des Äußeren schon in Teenagerzeiten seitens der Peers, aber auch um die Einwirkung des vorherrschenden Schönheitsideals, sowie der Menschen im eigenen Umfeld heute. Auch die finanziellen Ausgaben für Mode und Schönheitsprodukte werden berücksichtigt.

Für Typ 1, Typ 3 und Typ 4 werden alle signifikanten Ergebnisse (Irrtumswahrscheinlichkeit  $< 0,05$ ) in der Ergebnisdarstellung mit einem Stern (\*) gekennzeichnet. Hochsignifikante Ergebnisse werden im Folgenden (Irrtumswahrscheinlichkeit  $< 0,01$ ) mit zwei Sternen (\*\*) gekennzeichnet. Da Typ 2 eine sehr geringe Fallzahl aufweist, wird für ihn die Irrtumswahrscheinlichkeit auf  $< 0,10$  hinaufgesetzt. Diese schwächeren Signifikanzwerte werden mit einem Kreis (°) gekennzeichnet. Außerdem wird der Wert des im Kapitel „Forschungsmethode“ beschriebenen  $\eta$  wie folgt ausgewiesen: ( $\eta$ = Wert). Phi wird mit ( $\phi$ = Wert) angegeben. Aufgrund der besseren Lesbarkeit werden im Anhang die genauen Ergebnisse der im SPSS berechneten Tabellen angeführt.

### ***Typ 1 – Die Bemühte***

Typ 1 soll Frauen charakterisieren, die angeben, dass der eigenen Figur in ihrem Leben ein hoher Stellenwert zukommt. Es handelt sich dabei um insgesamt 84 Respondentinnen aus der Stichprobe, die sich vor allem von den Männern, die angeben ihre Figur sei wichtig und insbesondere von jenen männlichen Respondenten, die ihrer eigenen Figur eine geringe Wichtigkeit unterstellen, unterscheiden.

Im Folgenden soll nun ein Bild dieses Typ 1, basierend vor allem auf dem Vergleich zu dem Antwortverhalten der männlichen Befragten des Typ 3 und Typ 4, gezeichnet werden, da aus der Analyse der Daten hervorgeht, dass diese die Frauen des Typ 1 am stärksten kontrastieren. Dabei sind es vor allem Männer des Typ 4, also jene, die angeben, ihrer Figur eine geringe Relevanz zuzuschreiben, welche die aussagekräftigsten Unterscheidungen zum hier beschriebenen Typ ermöglichen.

Den Beginn der Charakterisierung des Typ 1 stellt die Untersuchung des Körperbildes dar. Was genau unter diesem Begriff verstanden wird, wurde bereits im Kapitel „Begriffe rund ums Körperkonzept“ definiert. Wie beurteilt demnach Typ 1 die eigene Figur? Besteht ein Wunsch nach Veränderung derselbigen und wenn ja, welcher Wandel stellt sich als wünschenswert heraus? Dies soll wie bereits erwähnt, basierend auf den Vergleichen zu den anderen Typen herausgefunden werden.

Bei der Analyse der Items, die das Körperbild beschreiben sollen, können folgende Ergebnisse aufgezeigt werden. Frauen des Typ 1\* sind unzufriedener mit ihrer Figur als die Vergleichspersonen der anderen zwei in dieser Arbeit beschriebenen, männlichen Typen 3\* ( $\eta=0,231$ ) und 4\*\* ( $\eta=0,314$ ). In diesem Fall besteht wie an den Sternen ersichtlich ein signifikanter Unterschied zwischen Typ 1 und Typ 3, sowie eine hochsignifikante Differenz zwischen Typ 1 und Typ 4. Beachtet man die im Kapitel „Forschungsmethode“ beschriebenen Interpretationsrichtlinien für eta, so besteht sowohl wenn man lediglich Typ 1 und Typ 3 betrachtet, als auch wenn man nur Typ 1 und Typ 4 beobachtet, ein mittelstarker Zusammenhang zwischen den Typen und deren Unzufriedenheit mit der Figur. Nachstehende Abbildung verdeutlicht dies.

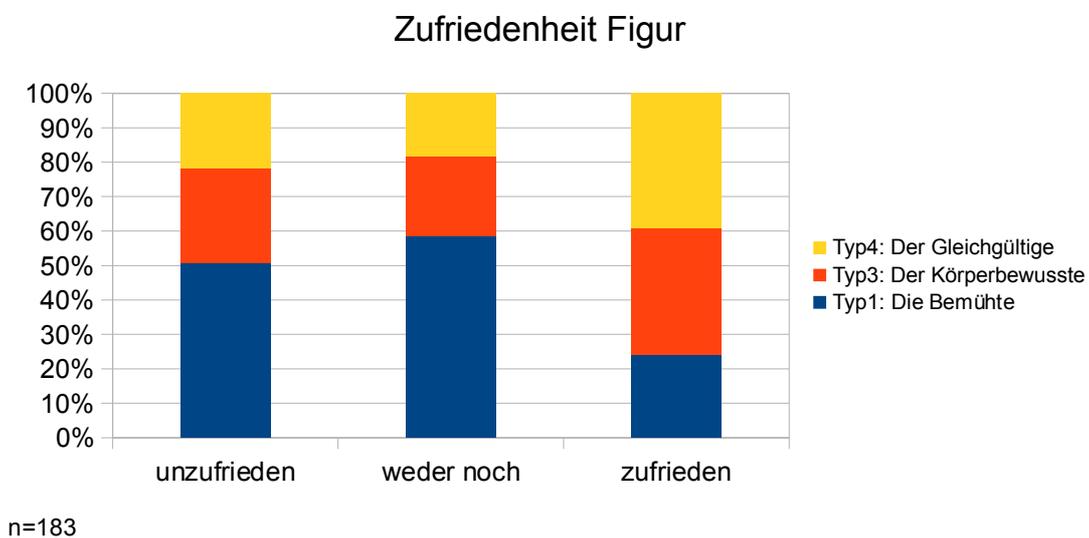
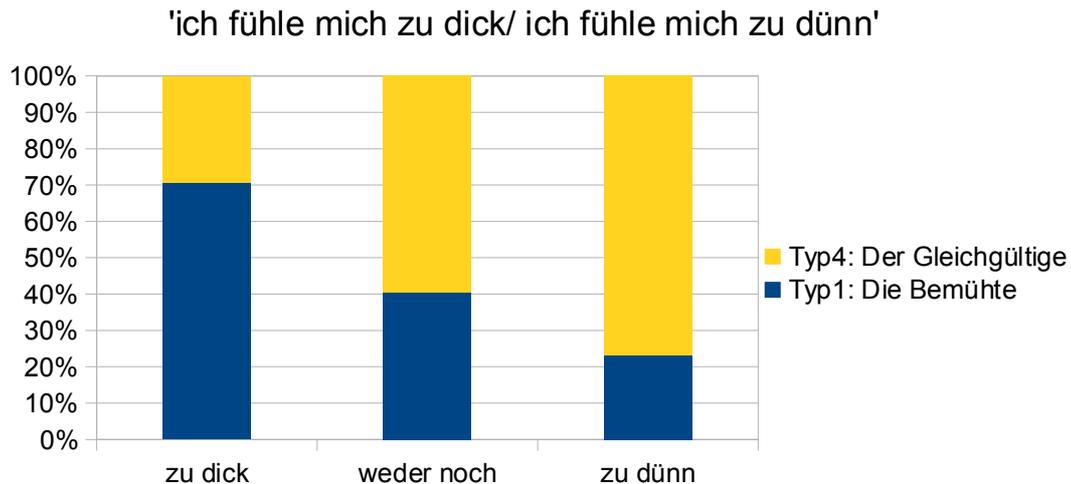


Abbildung 9: Zufriedenheit Figur Typ1; Typ3; Typ4;

Die subjektive, eher negative Einschätzung der Figur, erfolgt bei Frauen des Typ 1 vergleichsweise häufiger als bei den Männern des Typ 3 und Typ 4. Typ 1 hat zudem den geringsten durchschnittlichen BMI aller beschriebenen Typen. Er beläuft sich auf 22,45,

was laut Definition der Weltgesundheitsorganisation, wie bereits im Kapitel „Begriffserklärungen“ dargestellt, zum unteren Bereich des Normalgewichtes zählt. Interessanterweise geben Frauen des Typ 1, die sich tendenziell unzufrieden mit ihrem Körper fühlen, gleichzeitig an, nicht nur Komplimente für ihr Aussehen (gegenüber Typ 3\*( $\eta=0,253$ )/Typ 4\*\*( $\eta=0,360$ )), sondern auch vermehrt Zuspruch vom anderen Geschlecht zu bekommen. Eine mögliche These zur Klärung dieses Paradoxons könnte der Umstand sein, dass das weibliche Schönheitsideal, nahezu unerreichbar ist. „[N]ur ca. fünf Prozent aller Frauen weisen hierfür überhaupt die biologischen Voraussetzungen auf.“ (Gläbel 2008: 226, zit. nach Deuser; Gläser; Köppe, 1995: 38)

Dass Frauen des Typ 1 vielfach etwas an ihrer Figur auszusetzen haben, spiegelt sich auch in dem verstärkten Wunsch nach Veränderung (gegenüber Typ 4\*\*( $\eta=0,310$ )) wider und lässt sich im Weiteren daran festmachen, dass sie besonders im Bereich der Körpermodifikationen und der finanziellen Ausgaben mehr investieren als Männer, denen die eigene Figur unwichtig ist. Doch darauf soll später noch eingegangen werden. Eine mögliche Erklärung dafür, warum Frauen generell dazu tendieren, ihre eigene Figur zu bemängeln, stellt die Selbstdiskrepanztheorie nach Higgins dar. Diese geht davon aus, dass alle Individuen zum einen ein „tatsächliches Selbst“, ein „ideales Selbst“ und ein „gefordertes Selbst“ in sich tragen. Entsteht nun eine hohe Diskrepanz zwischen dem realen Bild, das man von sich hat und jenem, das man von sich fordert oder jenem, welches man sich wünscht, entsteht je nach Ausmaß der Abweichung eine kleinere oder größere Unzufriedenheit. (vgl. Steins 2007: 20, zit. nach Higgins 1987 ) Nun scheint es zunächst sinnvoll zu ergründen, inwiefern das „tatsächliche Selbst“ der Frauen des Typ1 vom „idealen Selbst“ derselbigen abweicht. Angenommen wird, dass sich Frauen, die ihre Figur bemängeln, grundsätzlich zu dick fühlen, da, wie im Kapitel „Schönheitsideal“ bereits ausgeführt, im 21. Jahrhundert besonders der schlanke Frauenkörper idealisiert wird. Im Folgenden soll sich nun des Vergleiches des Typs, der wie zuvor beschriebenen am stärksten kontrastiert, bedient werden. Nachfolgende Grafik soll zum einen bestätigen, dass sich Frauen des Typ 1 gemessen an Typ 4\*\*( $\eta=0,369$ ) zu dick fühlen und andererseits erneut zeigen, dass Frauen des Typ1 tendenziell ihre Figur bemängeln.



n=122

Abbildung 10: 'Ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn' Typ1; Typ4;

Oben stehende Grafik bestätigt die These, dass Frauen des Typ 1 den Wunsch hegen, schlank zu sein. Interessant festzustellen ist außerdem das Antwortverhalten hinsichtlich der Kategorien 'weder noch' und 'ich fühle mich zu dünn'. Anders als jene Respondenten, die zu Typ 4 gezählt werden, scheinen sich Frauen des Typ 1 tendenziell nicht mit ihrer tatsächlichen Figur zufrieden zu geben. Auch ist die Tendenz generell eher zunehmen zu wollen, weil sie ihre Figur als zu schlank empfinden, vernachlässigbar.

Wie bereits in den vorhergehenden Kapiteln dieser Arbeit thematisiert, ist also der Wunsch schlank zu sein, vorherrschend. Einen möglichen Erklärungsansatz, warum gerade Frauen des Typ 1 dem Körper nicht nur einen hohen Stellenwert zuschreiben, sondern auch gleichzeitig unzufriedener mit ihrer eigenen Figur sind, soll eine von Waldrich zitierte, im Jahr 2002 durchgeführte Studie liefern. Diese kommt zu dem Ergebnis, dass Individuen, die hinsichtlich ihrer Selbsteinschätzung vom Ideal beeinflusst sind, auch tendenziell unzufriedener mit dem eigenen Körper sind. (vgl. Waldrich 2004: 9) Zu einem ähnlichen Resultat kommt auch die vorliegende Arbeit. Anders als Typ 3\*\* ( $\eta = 0,330$ ) und Typ 4\*\* ( $\eta = 0,366$ ) fühlt sich Typ 1 eher vom vorgegeben Schönheitsideal im Selbstbewusstsein negativ beeinflusst. Jedoch wirkt sich das Schönheitsideal nicht nur ungünstig auf die Selbsteinschätzung der Figur der Frauen, die sie auch als wichtig empfinden, aus. In diesem Kapitel beschriebene Personen fühlen sich auch gegenüber den männlichen Respondenten des Typ 3\*\*

( $\eta=0,390$ ) und Typ 4\*\* ( $\eta= 0,461$ ) deutlich stärker vom vorgegebenen Ideal der Schönheit belastet, wie die folgende grafische Darstellung zeigt.

'ich fühle mich vom vorgegebenen Schönheitsideal unter Druck gesetzt'

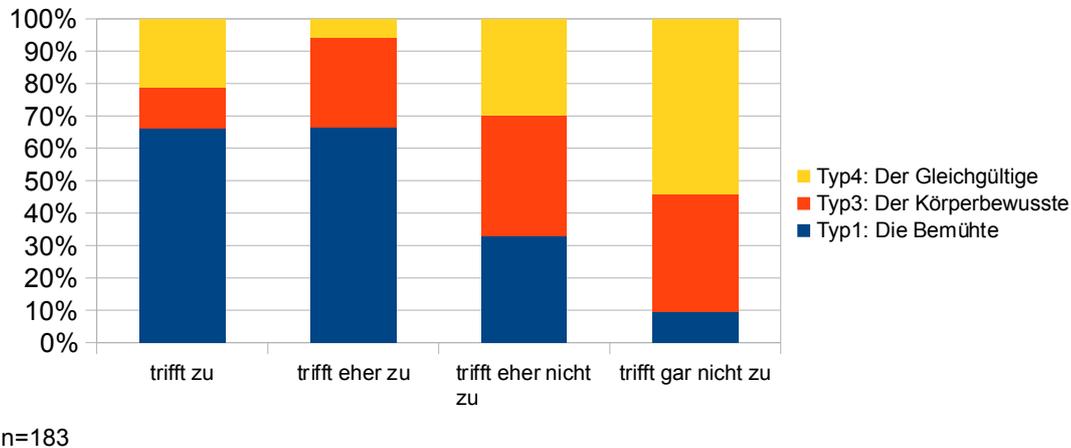


Abbildung 11: 'Ich fühle mich vom vorgegebenen Schönheitsideal unter Druck gesetzt' Typ1; Typ3; Typ4;

So fühlt sich also vor allem Typ 1 vom Ideal gefordert. Das Schönheitsideal wird hauptsächlich, wie bereits in vorliegender Arbeit behandelt, medial vermittelt. Am stärksten davon betroffen sind dabei Frauen und junge Mädchen (vgl. Beuckmann-Wübel/ Beyer 2008: 44), was sich anhand der analysierten Daten bestätigen lässt. Es wirft sich aber die Frage auf, warum sich gerade Frauen des Typ 1 vom Schönheitsideal unter Druck setzen lassen. Eine vorstellbare Begründung soll im nächsten Schritt abgehandelt werden.

Das Schönheitsideal wird nicht nur medial vermittelt, eine große Rolle in der Entstehung des Körperbildes kommt auch, wie in den Begriffserklärungen bereits erörtert, den Peers zu. Frauen des Typ 1 geben an, dass dem Aussehen bereits im Teenageralter eine größere Bedeutung zukommt, als bei jenen Befragten, die zu Typ 3 und zu Typ 4 zählen. Typ 1 gibt an, dass das Aussehen schon in der Schule einen wichtigeren Stellenwert eingenommen hat als bei Typ 4\*\* ( $\eta= 0,335$ ). Dabei wurde das Äußere jedoch in ihrer Erinnerung nicht nur in der Ausbildungsstätte thematisiert, sondern, so das Ergebnis der vorliegenden Untersuchung, auch im engsten Familienkreis. Besonders deutlich kann der Unterschied wiederum im Geschlechter-vergleich, also mithilfe von Typ 3\*\* ( $\eta= 0,304$ ) und Typ 4\* ( $\eta=0,256$ ), aufgezeigt werden.

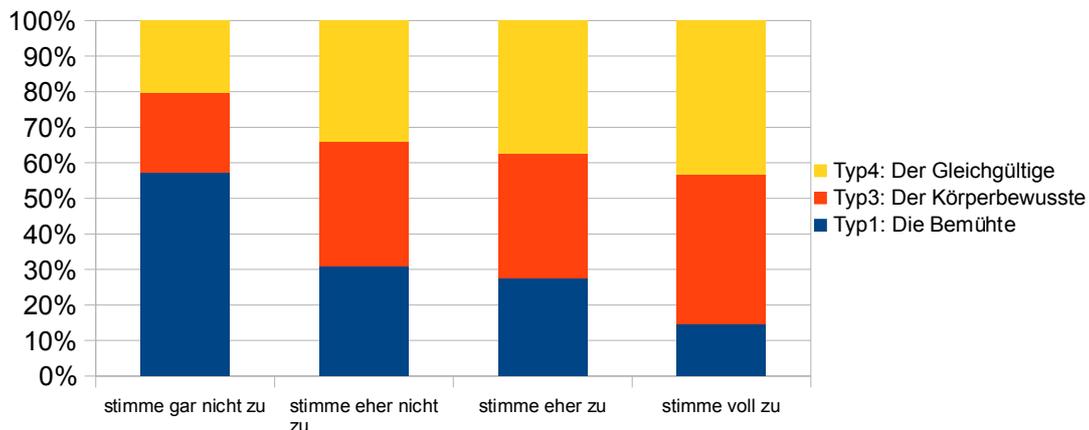
Die Grafik zeigt, dass Frauen, die ihrer Figur einen hohen Stellenwert zuschreiben, im Gegensatz zu Männern, die Gegenteiliges angeben, auch innerhalb der Familie in ihrer Erinnerung tendenziell stärker mit der Thematik der äußeren Erscheinung konfrontiert wurden. Es kann vermutet werden, dass Typ 1 der Figur eine bedeutende Relevanz im Leben zuschreibt, weil die Botschaft der Wichtigkeit eines schönen Äußeren nicht nur durch das mediale Schönheitsideal vermittelt wird, sondern auch, weil Frauen des Typ 1 mit diesem Thema seitens der engsten Bezugspersonen subjektiv empfunden, schon seit jeher konfrontiert werden. Wenn das Aussehen eine große Bedeutung im Leben eines Menschen hat, liegt die Vermutung nahe, dass auch die Bewertung Anderer über die eigene Erscheinung Relevanz besitzt. Denn „[S]chönheit verlangt immer auch den Blick des Anderen.“ (Posch 2009: 35)

Im nächsten Teil dieses Kapitels, soll diese These nun geprüft werden.

Differenziert wird jeweils die Bedeutung der Bewertung des Äußeren von fremden, bekannten und nahestehenden Personen. Dabei kann festgestellt werden, dass der Meinung von anderen Personen über das eigene äußere Erscheinungsbild eine höhere Bedeutung zugemessen wird, je enger die Beziehung zum jeweiligen Beurteiler oder zur jeweiligen Beurteilerin ist.

Für Frauen des Typ 1 ist die Bewertung über das eigene Äußere von fremden Personen demnach auch im Vergleich zu den anderen Typen relativ unbedeutend. Handelt es sich aber um Personen aus dem Bekanntenkreis, gewinnt das Urteil dieser über die eigene Erscheinung für Typ 1 an Bedeutung, im Unterschied zu den Männern des Typ 4 die ihrer Figur einen unwichtigen Stellenwert zuschreiben und auch zu den Männern des Typ 3 welche sie als wichtig deklarieren. Die nachstehende Abbildung veranschaulicht dies.

## 'Es ist mir egal was bekannte Personen über mein Äußeres denken'



n=183

Abbildung 12: 'Es ist mir egal, was bekannte Personen über mein Äußeres denken' Typ1; Typ3; Typ4;

Ganz deutlich geht demnach hervor, dass es vor allem Typ 1 ist, der eine ablehnende Haltung zu diesem Statement zeigt. Dass die Beurteilung Anderer über das eigene Aussehen für Typ 1 wichtig ist, trifft aber am deutlichsten in Bezug auf ihm nahestehende Personen zu. So ist deren Einschätzung für Typ1 stark relevant, vor allem in Abgrenzung zu Typ 4\*\* ( $\eta = 0,279$ ). Obwohl die meisten Menschen auf die Frage, für wen sie sich schön machen, mit „für mich selbst“ beantworten, (vgl. Degele 2004: 70) zeigt diese Untersuchung, dass Frauen, die ihrer Figur einen hohen Stellenwert zuschreiben und, wie etwas weiter unten genauer beschrieben, Zeit und Geld für einen schönen Körper investieren, auch auf andere Personen attraktiv wirken möchten.

„[S]chön machen wir uns vor allem, weil wir soziale Anerkennung brauchen. Das ist keine 'Frauensache', und mit Spaß und Lust hat es nur selten zu tun“ (Degele 2004: 70)  
 Dass das Verhalten der Frauen des Typ 1 auch im Bereich der Körpermodifikationen auffallend von jenem des Typ 4 abweicht, soll in den nachfolgenden Ausführungen aufgezeigt werden.

Zu erst steht der Wunsch nach einer Veränderung der eigenen Figur, welche sich beim gerade beschriebenen Typ im Vergleich zu den anderen drei Typen besonders stark manifestiert. Geklärt wurde in diesem Kapitel bereits, dass sich der Wunsch nach einer

Veränderung der Figur vor allem in der Absicht einer Gewichtsreduktion äußert. Dies lässt sich darin begründen, dass heutzutage Menschen in westlichen Gesellschaften, sind sie dick, häufig mit negativen Eigenschaften konnotiert werden. „[U]nsere Kultur behandelt dicke Menschen mit beispielloser Bösartigkeit.“ (Waldrich 2004:78) „[D]icke Menschen werden im klassischen Sinne stigmatisiert.“ (Steins 2007: 77) Diese und zahlreiche ähnliche Aussagen, finden sich in einschlägiger Literatur wieder. Folglich scheint es nicht ungewöhnlich, dass der Wunsch nach Schlankheit dominiert. Dieses Verlangen nach einem schlank beschaffenen Körper kristallisiert sich bei Frauen des Typ 1 am Stärksten heraus.

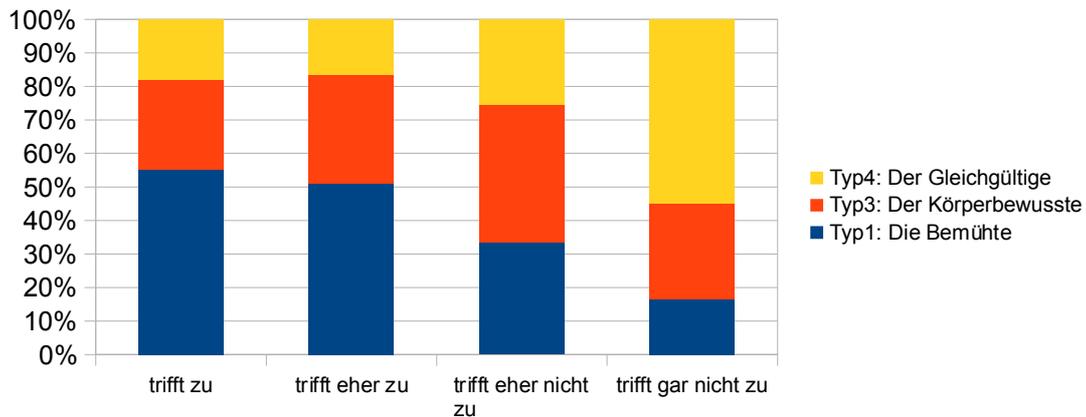
Möglicherweise sind es auch gerade deshalb Frauen dieses Typs, die im Unterschied zu Typ 4\*\* ( $\eta = 0,341$ ) und Typ 2, also jenen Frauen, die ihrer Figur einen geringen Stellenwert beimessen, dem Statement 'ich arbeite aktiv daran, meine Figur zu verändern', zustimmen. Die Bereitschaft und das tatsächliche Bemühen, den eigenen Körper zu modellieren, findet sich verstärkt bei Typ 1 in Abgrenzung zu all jenen RespondentInnen, die angeben, ihre Figur spiele eine unbedeutende Rolle im Leben (Typ 2 und Typ 4\*\* ( $\eta = 0,341$ )).

Die Anstrengungen einen schlanken Körper aufrecht zu erhalten, beziehungsweise zu erlangen, drückt sich dabei aber nicht nur in einer erhöhten sportlichen Betätigung aus (gegenüber Typ 4\* ( $\eta = 0,246$ )), sondern auch im Ernährungsverhalten.

Während unter allen Befragten kaum Unterschiede im Bereich 'gesunde Ernährung' feststellbar sind, denn der Großteil aller RespondentInnen gibt an, sich 'gesund' oder 'eher gesund' zu ernähren, kann aber eine relevante Unterscheidung im Essverhalten festgestellt werden.

Frauen des Typ1 geben vermehrt an, nicht einfach alles und die Mengen an Essen zu verzehren, auf die sie gerade Lust haben. Im Gegenteil, sie ernähren sich nicht nur tendenziell gesund, sondern passen zusätzlich, im Gegensatz zu Typ 3 und Typ 4\*\* ( $\eta = 0,390$ ) beim Essen auf, um nicht zuzunehmen, was anhand der nächsten Grafik veranschaulicht werden kann.

### 'ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen'



n=183

Abbildung 13: 'Ich passe beim Essen auf, um nicht zuzunehmen' Typ1; Typ3; Typ4;

Frauen des Typ1 kontrollieren demzufolge in Abgrenzung zu Typ 3 und Typ 4\*\* ( $\eta = 0,390$ ) ihre Körperfülle durch die Form und Menge der Nahrungsaufnahme. Es zeigt sich außerdem, dass Typ 1 im Gegensatz zu den Frauen, die ihrem Körper eine weniger große Relevanz zuschreiben, öfter Hungergefühle verspüren, was nicht unmittelbar heißt, dass diese mit Absicht und zum Zweck der Gewichtsreduktion zugelassen werden. Untersucht man jedoch das Diätverhalten des Typ 1 genauer, scheint dies naheliegend zu sein. Unter allen anderen Personen, die an der Umfrage teilgenommen haben, sind es vor allem sie, die bis zum Zeitpunkt der Befragung schon einmal eine Diät gehalten haben. (gegenüber Typ 3\*\* (Cramers V: 0,263)/ Typ 4\*\* (Cramers V: 0,443)) Eine vertiefende, genauere Befragung, zum Diätverhalten, bestätigt dieses Ergebnis schließlich, denn auch mehrmalige Diäten (gegenüber Typ 3\*\* (Cramers V: 0,303)/ gegenüber Typ 4\*\* (Cramers V: 0,296)) sind besonders für Typ 1 charakteristisch.

Dass Diäten aber ein relativ hohes gesundheitliches Gefahrenpotenzial aufweisen, ist dabei vielen nicht unmittelbar bewusst. So kann eine Diät, genauso wie Drogen, schnell in eine Sucht führen. Die meisten Fälle von Magersucht, so Waldrich, finden ihren Anfang in der Durchführung einer einfachen Diät. (vgl. Waldrich 2004:85)

Unter den Respondentinnen des Typ 1 gibt es anders als bei den männlichen Befragten, Personen die angeben an einer Essstörung zu leiden. Die Ergebnisse zum Punkt Essstörungen sind jedoch aus zwei verschiedenen Gründen mit Vorsicht zu betrachten. Einerseits handelt es sich hier um sehr persönliche beziehungsweise heikle Fragen. Man gibt nicht gern zu, krank zu sein, also könnte der Faktor der sozialen Erwünschtheit hier eine etwas verzerrende Rolle spielen. Andererseits gestehen sich viele Menschen diese Krankheit möglicherweise selbst nicht ein oder wissen unter Umständen nicht, dass ihre Ernährungsgewohnheiten pathologische Ausmaße annehmen.

Auch abseits von sportlicher Betätigung und bewusster beziehungsweise kontrollierter Ernährung lässt sich ein forciertes Schönheitshandeln der Frauen des Typ 1 erkennen. Die tägliche Verwendung von Make-up und die Wichtigkeit von Kleidung und Styling lassen darauf schließen, dass auch über käufliche, zumeist von Medien propagierte Waren, Schönheit erreicht werden will. Besonders klar kommt dies zum Ausdruck, betrachtet man die Höhe der finanziellen Ausgaben für Kosmetik-, Styling-, und Pflegeprodukte sowie jene für Mode und Accessoires im Vergleich zu den anderen Typen.

Zur grafischen Darstellung soll sich dabei wieder des Vergleichs mit Typ 4\* ( $\eta = 0,270$ ), der sich am meisten von Typ 1 abhebt, bedient werden.

#### Ausgaben für Pflege-, Kosmetik-, und Stylingprodukte

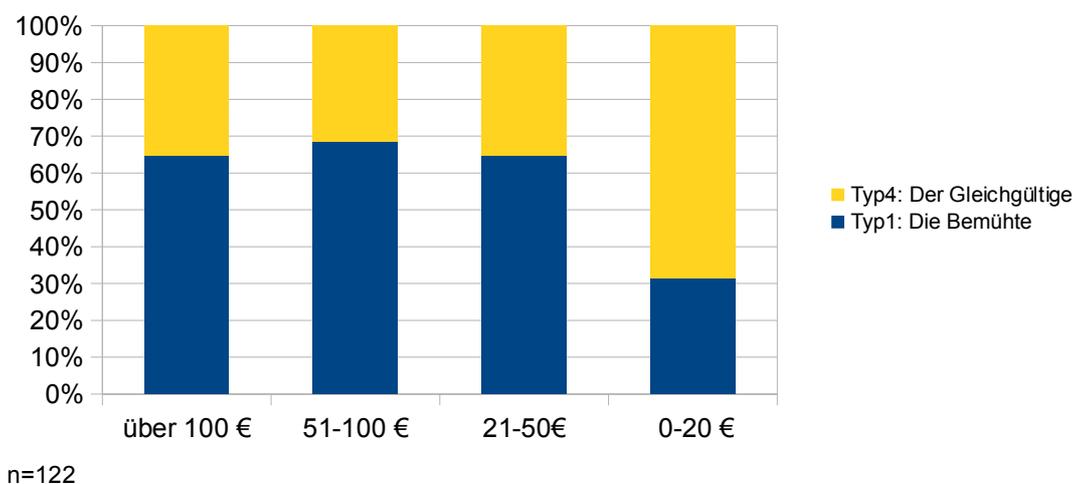


Abbildung 14: Ausgaben für Pflege-, Kosmetik- und Stylingprodukte Typ1; Typ4;

Auch Frauen des Typ 2 geben vergleichsweise mehr Geld für Produkte dieser Art aus. Doch dies soll im Kapitel über ebendiesen noch genauer abgehandelt werden.

### Komprimierte Charakteristik Typ 1 – die Bemühte

Typ 1 ist weiblich und misst ihrer Figur einen hohen Stellenwert im Leben zu. Charakteristisch ist die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper, welche sich in einem tendenziell eher starken Wunsch nach einer Veränderung der Figur äußert.

Die gewünschte Modifikation des Körpers ist dabei ganz eindeutig eine Gewichtsreduktion, was unter anderem auf das medial verbreitete, vorherrschenden Schlankheitsideal zurückgeführt werden kann, von dem sich Typ 1 stärker als die anderen Typen negativ beeinflusst und unter Druck gesetzt fühlt.

Dass der Figur im Leben des Typ 1 zum Zeitpunkt der Befragung große Bedeutung zukommt, liegt unter Umständen daran, dass das Aussehen in ihrer Erinnerung schon in früheren Zeiten, also bereits während der Schulzeit aber auch im engsten Familienkreis eine wichtige Rolle spielte.

Obwohl Typ 1 den durchschnittlich geringsten BMI aller Typen aufweist, arbeitet besonders dieser Typ, aktiv daran, die eigene Figur zu verändern. Auch bekommt die Frau des Typ 1 vermehrten Zuspruch vom anderen Geschlecht und laut eigenen Angaben eine verhältnismäßig höhere Anzahl von Komplimenten. Trotzdem versucht sie ihren Körper zu modellieren.

Dies geschieht vor allem über sportliche Betätigung aber auch durch ein kontrolliertes Essverhalten. So wie die meisten Befragten ernährt sich Typ 1 gesund, doch ist es gerade er, der unter allen anderen Typen am stärksten beim Essen aufpasst, um nicht zuzunehmen.

Des Weiteren ist Diät Halten besonders charakteristisch für diesen Typ, der sich im Bereich der aktiv durchgeführten Körpermodifikation von allen Typen am meisten anstrengt.

Dies spiegelt sich nicht nur in der gerade ausgeführten Beschreibung, sondern auch in verhältnismäßig höheren finanziellen Ausgaben für Mode- und Stylingprodukte wider.

Die Frau des Typ 1, die also gemessen an den anderen Typen, mehr Zeit und Geld in ihren Körper und ihr Aussehen investiert, verschönert sich dabei aber scheinbar nicht nur für sich selbst, denn es kristallisiert sich heraus, dass es ihr in Abgrenzung zu allen anderen beschriebenen Typen sehr wichtig ist, was bekannte und insbesondere nahestehende Personen über ihr Äußeres denken.

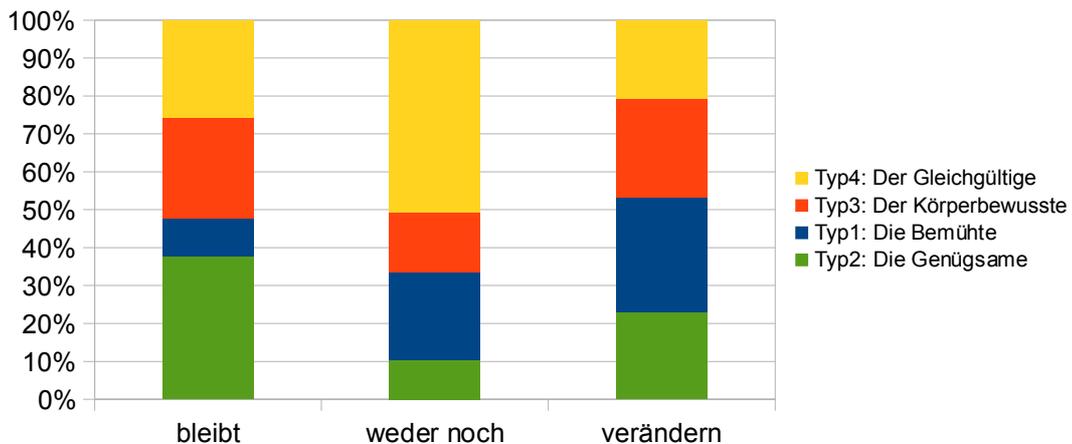
### ***Typ 2 – Die Genügsame***

Typ 2 setzt sich aus all jenen Befragten des weiblichen Geschlechts zusammen, die ihrer Figur eine geringe Bedeutung zumessen. Insgesamt werden 23 Personen zu diesem Typ gezählt, somit handelt es sich um die kleinste Vergleichsgruppe.

Zugunsten der Übersichtlichkeit wird auch in diesem Kapitel zu Beginn das Körperbild des in diesem Kapitel zu beschreibenden Charakters, mit dem der anderen Typen verglichen.

Im Bereich der Körperzufriedenheit ist Typ 2 zwar unzufriedener als alle männlichen Respondenten, gegenüber Typ 1, allerdings ist gerade beschriebener Typ verhältnismäßig unkritischer mit der eigenen Figur. In Bezug auf die subjektive Empfindung hinsichtlich des Körpervolumens ähnelt Typ 2 jedoch seinem männlichen Gleichgesinnten Typ 4. Dieses Bild setzt sich auch beim Wunsch nach einer Veränderung des Körpers fort. Des Weiteren möchte Typ 2°, so wie Typ 4, den eigenen Körper tendenziell weniger stark verändern, als Typ 1° ( $\eta = 0,183$ ) und Typ 3. Da sich noch weitere interessante Beobachtungen zu diesem Item feststellen lassen, folgt eine Abbildung zum Antwortverhalten aller vier Typen.

## 'ich möchte meine Figur verändern/ ich möchte, dass sie so bleibt'



n= 206

Abbildung 15: 'Ich möchte meine Figur verändern/Ich möchte, dass sie so bleibt' Typ1;2;3;4;

Es ist auch deutlich zu erkennen, dass Typ 4 weniger Meinung zum Thema Körper hat als Typ 2. Diese Tendenz zur Meinungslosigkeit bei Typ 4 kann für den Großteil der Fragen rund um das Körperbild festgestellt werden. Daraus lässt sich schließen, dass die Frauen des Typ 2 zwar angeben, der Figur weniger Relevanz zuzuschreiben, tendenziell dennoch reflektierter sind, was die Befindlichkeit ihrer eigenen Figur gegenüber betrifft. Vor dem Hintergrund eines durchschnittlichen BMI's von 25, was laut Weltgesundheits-organisation bereits als leicht übergewichtig ausgewiesen wird, scheint dies besonders interessant.

Welche Gründe könnte es geben, dass Frauen des Typ 1, mit einem durchschnittlich deutlich geringeren BMI, mit ihrem Körper unzufriedener sind als jene des Typ 2? Auf diese Frage soll im Weiteren eingegangen werden.

Eine mögliche Erklärung dafür könnte die Tatsache sein, dass sich Frauen, für die ihre Figur unwichtig ist, auch weniger stark über selbige definieren. So fühlen sich Frauen, denen die eigene Figur wichtig ist, im Unterschied zu den gerade abgehandelten, umso beliebter je zufriedener sie mit ihrer Figur sind. Als eine weitere These, warum sich Frauen des Typ 2 zufriedener mit ihrer Figur fühlen als Frauen des Typ 1, könnte die geringere Beeinflussung des vorherrschenden Schönheitsideal dienen. Typ 2 fühlt sich zwar im Vergleich zu allen männlichen Respondenten° (Typ 4  $\eta=0,416$ ) (Typ 3  $\eta=0,330$ ) vom Schön-

heitsideal eher beeinflusst, im Gegensatz zu ihrem weiblichen Gegenstück aber tendenziell schwächer von ihm geprägt, was durch folgende Grafik dargestellt wird.

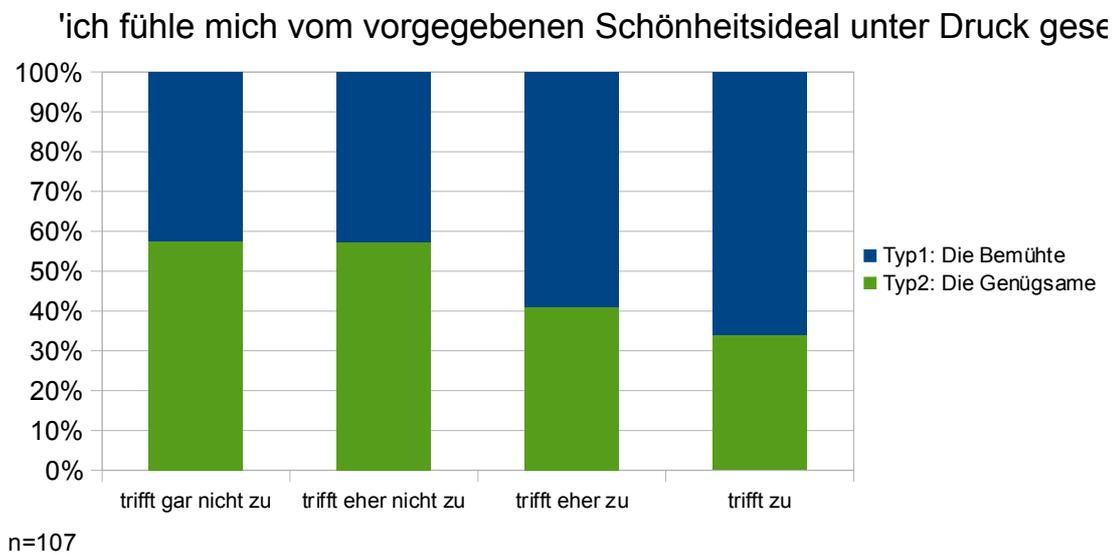


Abbildung 16: 'Ich fühle mich vom vorgegebenen Schönheitsideal unter Druck gesetzt' Typ2;Typ1;

Womöglich hängt also eine höhere Zufriedenheit mit dem eigenen Körper mit dem geringeren Einfluss des Schönheitsideals zusammen.

Warum die Frau des Typ 2 dem Körper weniger Stellenwert beimisst, als jene des Typ 1, soll nun untersucht werden.

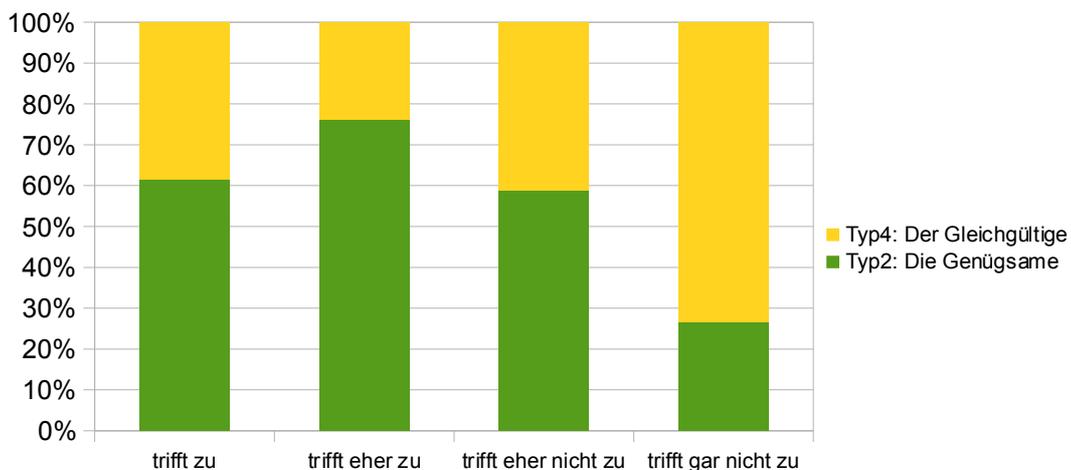
Die Hypothese zur Beantwortung dieser Frage lautet, dass das Aussehen, anders als bei Typ 1, seitens der Peers eine subjektiv empfundene, geringere Rolle in der Vergangenheit gespielt hat. Nach einer Analyse der Daten kann jedoch herausgefunden werden, dass keine großen Unterschiede zu Typ 1 bestehen, denn Aussehen war auch in der Erinnerung von Typ 2 innerhalb der Familie und auch in der Schule vergleichsweise wichtig. Die Frage, warum Typ 2 der Figur einen geringeren Stellenwert zuschreibt, kann auf Grundlage der vorliegenden Daten also nicht ausreichend beantwortet werden.

Der nächste Abschnitt soll sich mit dem Bereich der Körpermodifikationen beschäftigen.

Im Zuge der Untersuchung wird festgestellt, dass Menschen, die ihrem Körper eine geringe Relevanz zuschreiben, sich, ganz unabhängig vom Geschlecht, auch nicht darum bemühen, ihn zu verändern. Denn Typ 2° und Typ 4 sprechen sich verhältnismäßig nicht so stark für einen Veränderungswunsch der Figur aus, wie dies bei Typ 1° ( $\eta=0,183$ ) und Typ 3 der Fall ist.

Dies manifestiert sich wiederum in einer ablehnenden Haltung zum Statement 'ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern'. Gegenüber Typ 1 und Typ 3° ( $\eta=0,264$ ) ist nämlich auch Typ 2°, wenn auch nicht so stark ausgeprägt wie Typ 4, wenig gewillt an seinem Körper zu arbeiten. Selbiges gilt auch für die Ausübung von Sport. Demnach betätigt sich Typ 2 zwar mehr als Typ 4 sportlich, aber tendenziell weniger im Vergleich zu jenen RespondentInnen, die angeben, dass ihre Figur ihnen wichtig sei. Beim Ernährungsverhalten dreht sich das Bild hingegen. Typ 2° unterscheidet sich hier signifikant von Typ 4° ( $\eta=0,349$ ), was in Folge grafisch dargestellt wird.

#### 'ich passe beim Essen auf, um nicht zuzunehmen'



n=61

Abbildung 17: 'Ich passe beim Essen auf, um nicht zuzunehmen' Typ2; Typ4;

Im Verhältnis zu den Männern, die ihre Figur als unwichtig empfinden, achten die Frauen, die selbiges angeben, deutlich mehr darauf, vom Essen nicht zuzunehmen. Auch beim Diätverhalten ähneln sie stärker den Frauen des Typ 1. Auf der Grundlage dieser Ergebnisse kann gefolgert werden, dass die Gewichtsreduktion durch geändertes

Ernährungsverhalten eine eher weibliche Besonderheit ist. Doch unterscheidet sich Typ 2 auch in diesem Punkt von seinem weiblichen Gegenstück darin, dass die durchgeführte Körpermodifikation in Form von kontrollierter Nahrungsaufnahme in einer verhältnismäßig abgeschwächten Form geschieht. Besonders klar kann dies unter anderem dadurch festgestellt werden, dass Frauen des Typ 2 weniger oft Diät halten als jene des Typ 1, was in der nachstehenden Abbildung dargestellt wird.

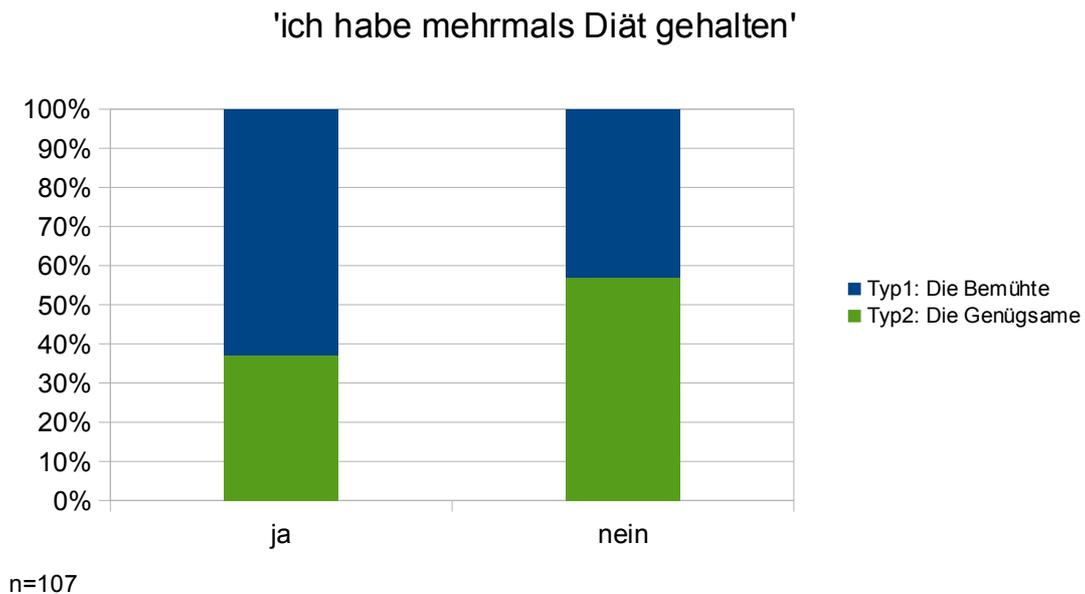


Abbildung 18: 'Ich habe mehrmals Diät gehalten' Typ2; Typ1;

Dass auch Frauen, die ihrer Figur einen geringen Stellenwert zuschreiben und mit selbiger relativ zufrieden sind, durch die Form der Ernährung versuchen, nicht an Körpervolumen zuzunehmen oder durch eine Diät sogar zu reduzieren, scheint auf den ersten Blick paradox.

Manche Personen sind sich allerdings über Schönheitshandeln gar nicht bewusst, weil es so selbstverständlich zum Alltag gehört. (vgl. Posch 2009: 154) „[W]ie viele Menschen achten ständig auf ihr Gewicht, ohne dies für sich als Unbehagen am Körper zu definieren?“ (Posch 2009:154)

Außerdem ist dick zu werden ein gesellschaftliches Tabu, das dazu führen würde aus der Norm zu fallen und so, selbst wenn die Figur keine große Bedeutung hat, dazu veranlasst aufzupassen. (vgl. Posch 2009: 167)

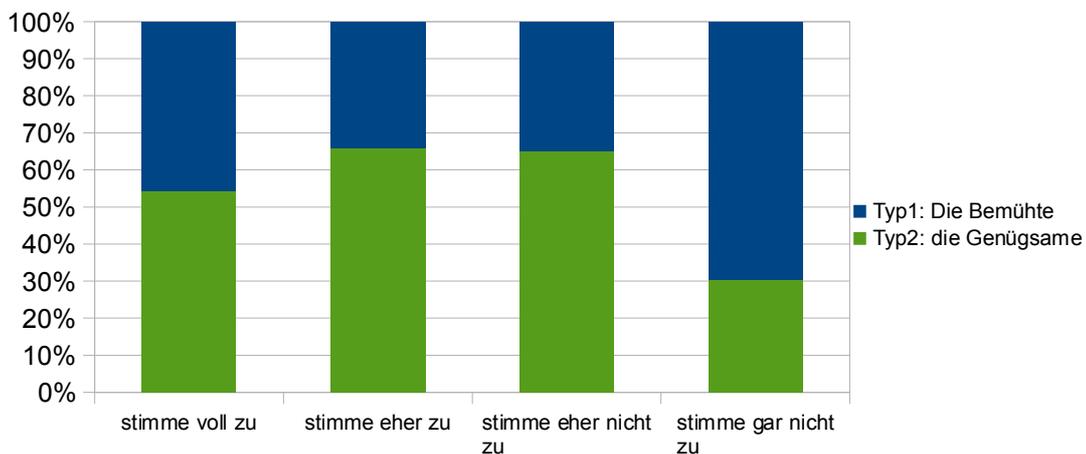
Als vorletzter Punkt sollen nun die finanziellen Aufwendungen des Typ 2 genauer betrachtet werden.

Bei den monetären Ausgaben unterscheiden sich die Frauen des Typ 2 allerdings nicht wesentlich von jenen des Typ 1. Sie geben in etwa gleichviel Geld für Verschönerungsprodukte, wie Kleidung und Accessoires, oder Kosmetik-, Styling-, und Pflegeprodukte aus wie Frauen, die ihrer Figur einen hohen Stellenwert beimessen. Demnach sind erhöhte finanzielle Aufwendungen zur Erlangung beziehungsweise zum Erhalt von Schönheit ein eher weibliches Phänomen.

Abschließend richtet sich der Fokus auf die Einschätzung der Bewertung anderer Personen über das eigene Äußere.

Verglichen mit den Frauen des Typ 1 ist es den Frauen, die in diesem Kapitel charakterisiert werden, weniger wichtig was andere Personen über ihr Äußeres Denken. Ganz besonders deutlich ist der Unterschied bei Personen die den RespondentInnen nahestehen, was durch folgende Abbildung veranschaulicht wird.

'es ist mir egal was nahestehende Personen über mein Äußeres denken'



n=107

Abbildung 19: 'es ist mir egal was nahestehende Personen über mein Äußeres denken' Typ2; Typ1;

Dass die Meinung Anderer über das eigene Äußere den Frauen des Typ 2 gleichgültiger ist, lässt sich womöglich damit begründen, dass für sie das Aussehen eine unwichtigere

Rolle im Leben spielt, als für Frauen des Typ 1. Dies spiegelt sich auch darin wieder, dass eben Beschriebene nicht nur grundsätzlich weniger darauf abzielen ihren Körper zu verändern, sondern auch das Schönheitshandeln insgesamt tendenziell weniger stark verfolgt wird.

### Komprimierte Charakteristik Typ 2 - die Genügsame

Bei Typ 2 handelt es sich um eine Frau, die grundsätzlich mit ihrem Körper zufrieden zu sein scheint. Diese Einstellung zur eigenen Figur drückt sich darin aus, dass sie sich, ähnlich wie ihr männliches Pendant, tendenziell mit ihrem Gewicht zufrieden fühlt. Dieser Umstand ist besonders interessant, da Typ 2 unter allen anderen RespondentInnen durchschnittlich den höchsten BMI aufweist.

Laut Definition der Weltgesundheitsorganisation ist Typ 2 leicht übergewichtig, was ihn aber im Vergleich zu Typ 1 tendenziell weniger stark dazu veranlasst, sich eine Veränderung der Figur herbeizusehnen. Dies könnte möglicherweise darin begründet liegen, dass sich Typ 2, anders als Typ 1, weniger vom vorgegebenen Schönheitsideal beeinflusst fühlt.

Die These, dass die Frau des Typ 2 ihrer Figur weniger Bedeutung zuschreibt als die des Typ 1, weil Aussehen in ihrer Erinnerung in der Teenagerzeit seitens der Familie und auch seitens der Peers in der Schule eine geringere Rolle spielte, muss allerdings verworfen werden.

In Bezug auf ausgeübte Körpermodifikationen ist Typ 2 im Vergleich mit Typ 1 und Typ 3 deutlich inaktiver, was sportliche Aktivitäten betrifft. Lediglich beim Ernährungsverhalten ist auch bei der Frau des Typ 2, wenn auch in einer etwas schwächeren Form als bei Typ 1, festzustellen, dass sie darauf bedacht ist, durch die Nahrungsaufnahme nicht an Gewicht zuzunehmen. Des Weiteren versuchte auch sie häufiger als alle männlichen Befragten, über das Einhalten einer Diät eine schlankere Figur zu erlangen.

Passend zum relativ geringen Stellenwert der eigenen Figur schreibt Typ 2, im Verhältnis zu Typ 1, auch der Meinung von anderen Personen über das eigene Äußere weniger Bedeutung zu.

### ***Typ 3 – Der Körperbewusste***

Der im folgenden Kapitel beschriebene Typ basiert auf allen Männern, die in der Befragung angegeben haben, ihrer Figur einen großen Stellenwert beizumessen. Es handelt sich dabei insgesamt um 61 Respondenten.

Ein besonderes Augenmerk bei der Charakterisierung von Typ 3 soll einerseits auf den Vergleich mit seinem männlichen Pendant, welches angibt, der eigenen Figur keine große Relevanz zuzuschreiben, und andererseits auf alle Frauen, die ihre Figur als wichtig empfinden, gelegt werden, da die vergleichende Betrachtung auf Basis dieser Typen am aufschlussreichsten erscheint. So wird nicht nur auf den Geschlechtervergleich eingegangen, sondern es kann zudem auch eine Differenzierung innerhalb des selben Geschlechts getroffen werden.

Typ 3\* fühlt sich, anders als Typ 1\*( $\eta = 0,231$ ), obwohl dieser auch angibt, seiner Figur einen großen Stellenwert beizumessen, verhältnismäßig zufriedener mit seiner eigenen Figur. Seine Empfindung im Bezug auf den Körper ist dabei, ähnlich wie jene des Typ 4, zufriedenstellend. Zwar möchte Typ 3 seinen Körper, verglichen mit Typ 1, tendenziell eher weniger modifizieren, in Relation zu den beiden anderen Typen allerdings tritt dieser Wunsch verstärkter auf.

Zum Ausdruck kommt diese Feststellung auch bei der Analyse zur subjektiven Empfindung hinsichtlich des Körpergewichts. Im Vergleich zu all jenen RespondentInnen, die der eigenen Figur wenig Relevanz beimessen, zeigt sich nämlich, dass sich Männer des in diesem Kapitel beschriebenen Typs tendenziell zu dick fühlen, was anhand folgender Grafik deutlich wird.



n=99

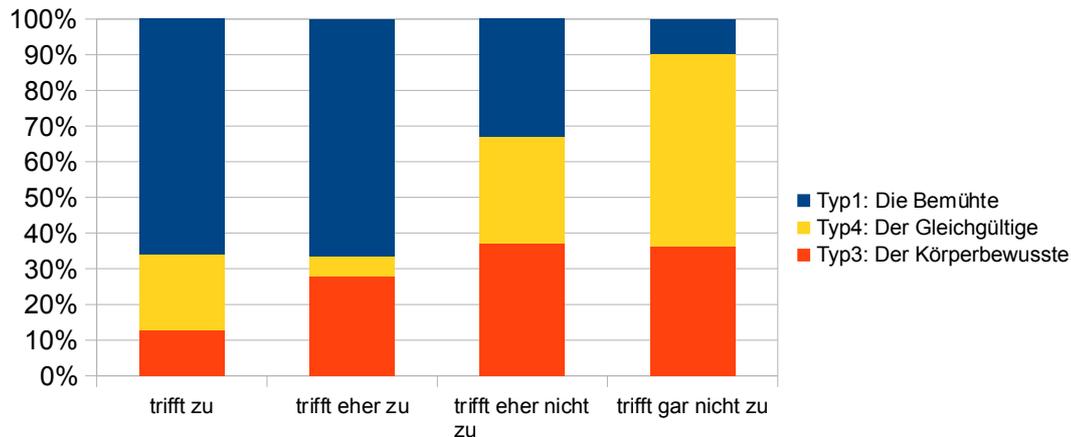
Abbildung 20: 'Ich fühle mich zu dick/Ich fühle mich zu dünn' Typ3; Typ4;

Dass sich Typ 3\* gegenüber Typ 4\* ( $\eta = 0,268$ ) eher zu dick fühlt, kann jedoch mit großer Wahrscheinlichkeit nicht darauf zurückgeführt werden, dass Männer des Typ 3 mehr Körpervolumen haben. Der BMI der Befragten dieser Kategorie liegt nämlich bei 24,22 und unterscheidet sich demnach nicht wesentlich vom durchschnittlichen Wert der Männer, die ihre Figur als unwichtig empfinden. Beide Typen sind laut Weltgesundheitsorganisation in den Bereich des oberen Normalgewichtes einzustufen.

Obwohl Typ 3 durch Komplimente mehr Bestätigung erfährt als Typ 4, fühlt er sich trotzdem unzufriedener. Im Folgenden soll nun wie bei Typ 1 untersucht werden, ob möglicherweise ein Zusammenhang mit dem Einfluss des Schönheitsideals hergestellt werden kann.

Verglichen mit den weiblichen Respondentinnen kann für Typ 3 jedoch keine eindeutige negative Beeinflussung hinsichtlich des Ideals festgestellt werden. Gegenüber Typ 4 herrscht bei Männern, die angeben ihre Figur sei für sie bedeutend, lediglich eine sehr schwache Tendenz zu einer Belastung durch das Schönheitsideal, wie folgende Grafik zeigt.

ch fühle mich durch das vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt



n=183

Abbildung 21: 'Ich fühle mich d. das vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt' Typ3; Typ1; Typ4;

Trotz der Tatsache, dass das Schönheitsideal auch für Männer des Typ 3 nur eine äußerst geringe Rolle spielt, existiert ein Veränderungswunsch der Figur und zwar, ähnlich wie bei den Frauen des Typ 1, zumeist in Form einer Gewichtsreduktion. Laut den vorliegenden Daten kann die Unzufriedenheit mit der eigenen Figur bei Männern also nicht mit dem Einfluss des Ideals geklärt werden. Bei einer kritischeren Betrachtung jedoch, könnte man mutmaßen, dass eine Verzerrung im Antwortverhalten stattgefunden hat. Denn

*„[S]chönling' und 'eitler Putz' seien historische Schimpfwörter für Männer gewesen. Bein einem 'echten Kerl' ist es immer verdächtig, wenn er zu gut aussieht. 'Schönling' ist ein Schimpfwort. ' Echte Männer' sind allenfalls 'interessant' oder 'kantig'.“ (Posch 2009: 159f. zit. nach, Gieske 2001: 38ff.)*

*„[N]ach wie vor herrscht bei Männern tendenziell die Angst, als homosexuell zu gelten, wenn sie sich allzu offensichtlich Verschönerungen hingeben.“ (Posch 2009: 160)*

Der Widerspruch mit den Bemühungen, die ein Mann des Typ 3 im Unterschied zu Typ 4 unternimmt, um schlank zu sein, untermauert die Hypothese der möglichen Antwortverzerrung zusätzlich. Die Anstrengungen zum Thema Körpermodifikationen werden im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit noch genau erläutert. Auch in der

Erinnerung des Typ 3 hat, ähnlich wie dies bei Typ 4 der Fall ist, Aussehen im engen Familienkreis im Teenageralter keinen wichtigen Stellenwert.

Anders als Typ 4 aber, lässt sich eine Tendenz zur höheren Relevanz des Äußeren während der Teenagerzeit, zumindest in der Schule, feststellen. Dies könnte ein möglicher Grund dafür sein, dass Typ 3 einerseits im Verhältnis zu Typ 4 tendenziell mehr Wert darauf legt, was andere Personen über sein Äußeres denken. Andererseits erklärt dies auch unter Umständen, weshalb Männer, die ihrer Figur einen hohen Stellenwert zuschreiben, eine höhere Bereitschaft zur Körpermodifikation aufweisen. (gegenüber Typ 4\*\* ( $\eta = 0,419$ ))

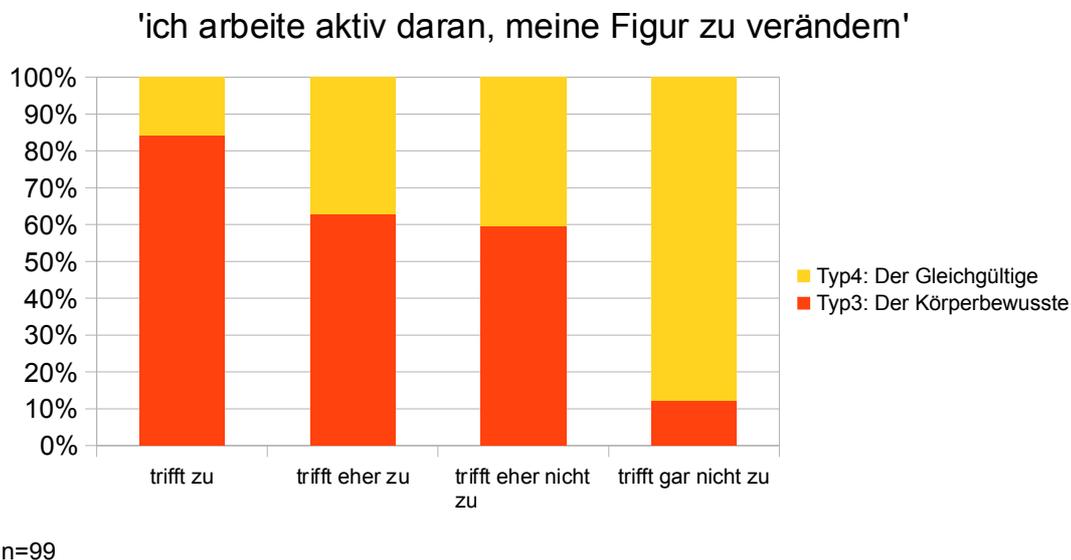


Abbildung 22: 'ich arbeite aktiv daran, meine Figur zu verändern' Typ3; Typ4;

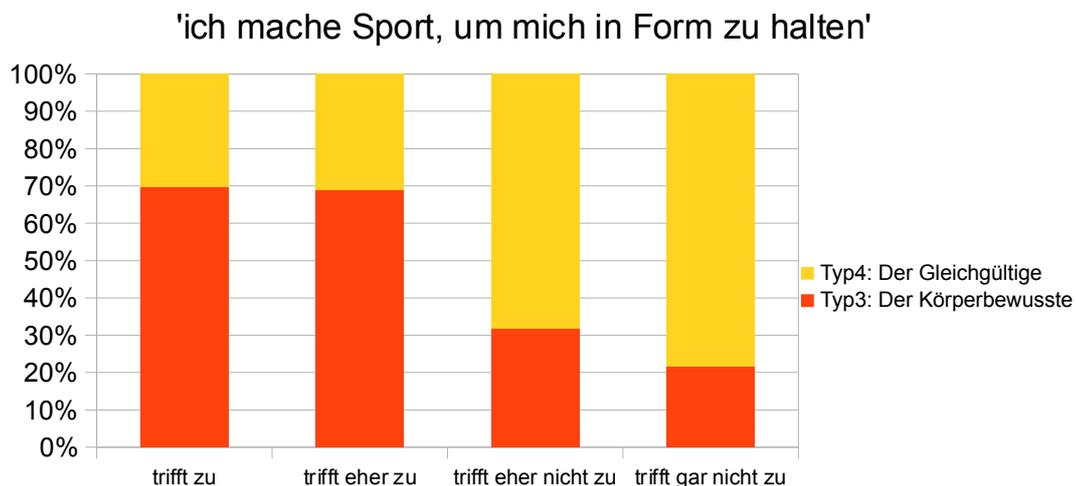
Typ 3 antwortet hier ähnlich wie Typ 1, was darauf schließen lässt, dass Menschen die ihrer Figur einen wichtigen Stellenwert zuschreiben, auch dazu bereit sind, zum Erhalt oder gegebenenfalls zur Erlangung eines zumeist schlanken Körpers beizutragen. Nachstehend werden die unternommenen Körpermodifikationen des Typ 3 genauer beobachtet.

Bei den Männern spiegeln sich diese besonders in sportlicher Aktivität wieder, denn

*„[d]er männliche Körper wird zusehends in ein eigenes Schönheitsideal gezwängt. Dabei geht es nicht vordergründig um Schlankheit, sondern vor allem*

*um Muskeln, Potenz und Kraft. Nach wie vor definiert sich Männlichkeit vorwiegend über Leistung, Macht und Geld. Aber dazu etabliert sich ein leistungsfähiger, stählerner Männerkörper als zusätzliches Muss für jene Männer, die am gesellschaftlichen Aufstieg interessiert sind. (Posch 2009: 160)*

Einzelne Autoren weisen auf einen Schönheitswahn bei Männern hin, besonders hinsichtlich ihres Wunsches nach einem muskulösen Körper. „[E]in schöner Mann ist nach westlichen Maßstäben ein kräftiger Mann, also eine Person, die über Muskelmasse verfügt [,]“ (Steins 2007: 83) wie im Kapitel „Schönheitsideal“ bereits abgehandelt. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wird hier für die grafische Darstellung Typ 4\*\* ( $\eta = 0,381$ ) als Vergleich gewählt, da sich dieser im Bereich der sportlichen Betätigung am stärksten von Typ 3\*\* unterscheidet.



n=99

Abbildung 23: 'ich mache Sport, um mich in Form zu halten' Typ3; Typ4;

Typ 3 ist aber auch verglichen mit Typ 1 und Typ 2 am stärksten darum bemüht, seinen Körper durch Sport in Form zu bringen, was sich möglicherweise mit dem oben diskutierten Ideal erklären lässt.

Scheinbar spielt aber auch für Typ 3 das Schlankheitsideal eine Rolle. Verglichen mit den Frauen, die ihrer Figur einen großen Stellenwert beimessen, ist er tendenziell etwas weniger angestrengt, dünn zu sein.

Bei der Gegenüberstellung mit Typ 2 und Typ 4 aber, kristallisiert sich eine Tendenz zu einem kontrollierten Essverhalten heraus. Diese Neigung lässt sich außerdem im Diätverhalten erkennen.

Zwar tendiert Typ 3 gegenüber allen weiblichen Respondentinnen weniger zu einer Veränderung des Ernährungsverhaltens aus Gründen der Gewichtsreduktion, doch besonders im Unterschied zu den Männern, die der Figur keinen hohen Stellenwert zusprechen, ist ein Trend Richtung Diät halten erkennbar, was durch folgende Abbildung veranschaulicht wird.

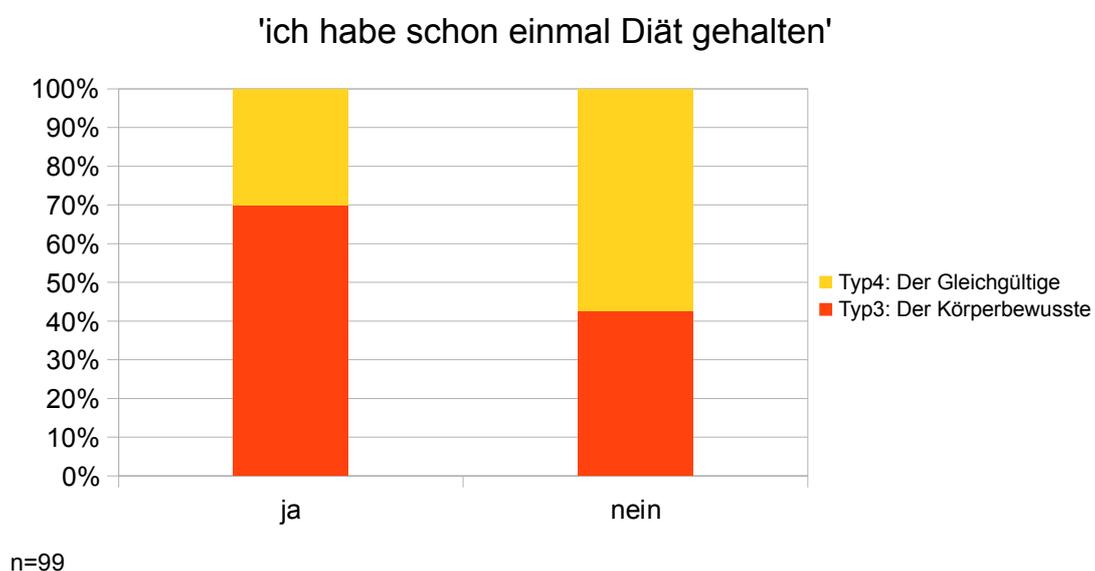


Abbildung 24: 'ich habe schon einmal Diät gehalten' Typ3, Typ4;

Aus der Untersuchung geht hervor, dass das Halten von Diäten zwar ein eher weibliches Phänomen ist, aber auch Männer, denen die Figur wichtig ist\*, im Gegensatz zu jenen die ihr einen geringeren Stellenwert zuschreiben\*, (Cramers V: 0,228) vermehrt Gebrauch von dieser Möglichkeit der Körpermodifikation machen.

Der erhöhte Aufwand zur Verschönerung zeigt sich, ähnlich wie bei Typ 1, auch bei dem in diesem Kapitel thematisierten Typ im finanziellen Sektor. Zwar wendet er im Gegensatz zu Typ 1 tendenziell weniger Geld für Mode, Kosmetik oder Pflegeprodukte auf, im Vergleich zu Typ 4 jedoch, ist eine Tendenz zu höheren Ausgaben für diese Art von Waren zu erkennen, was der nachstehenden Abbildung deutlich zu entnehmen ist.

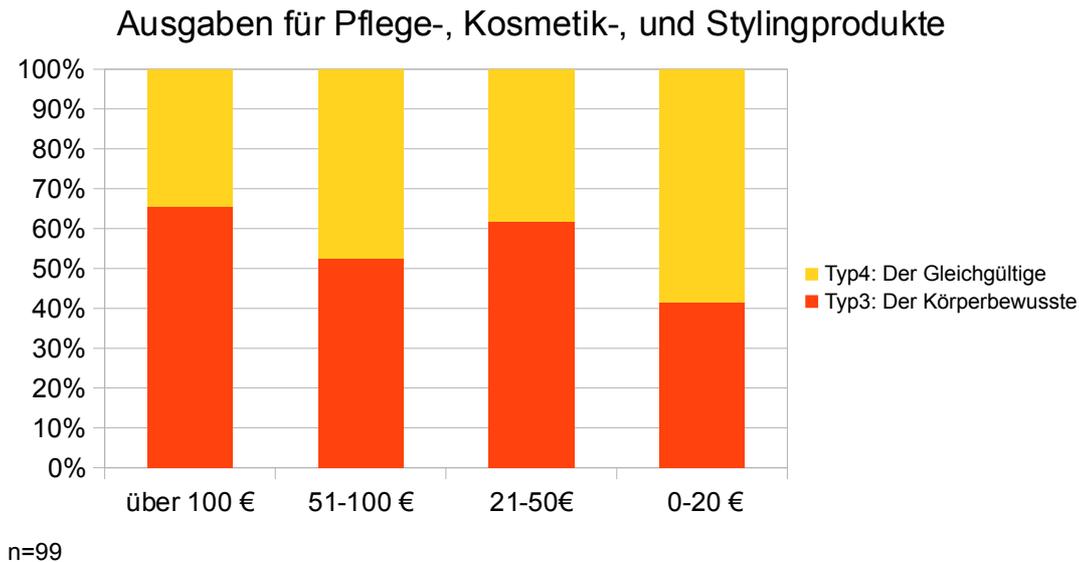


Abbildung 25: Ausgaben für Pflege-, Kosmetik- und Stylingprodukte Typ3; Typ4;

Darüber, dass Männer des Typ 3 mehr Geld aufwenden als jene des Typ 4, könnten folgende Thesen Aufklärung bieten.

Schönheitsnormen haben auch Männer erreicht. (Penz 2001: 11) Männer werden als neuer Markt betrachtet und sind deswegen zwar nicht in einem so hohen Ausmaß wie Frauen, aufgefordert, an der Konsumkultur Schönheit teilzunehmen. (siehe Kapitel Schönheitsideal) Die Ursache dafür sieht Naomi Wolf im Markt begründet. Dieser habe die Männer als potentielle Käufer entdeckt. (vgl. Wolf 1993: 404) Neue Leitbilder sollen ähnlich wie bei den Frauen Bedürfnisse hervorrufen, die die Männer veranlasst, nun auch an der „Konsumkultur 'Schönheit' “ teilzunehmen. (Degele 2004: 27)

#### Komprimierte Charakteristik Typ3 - der Körperbewusste

Typ 3 denkt und handelt ähnlich wie seine weibliche Gleichgesinnte, wenn auch in einer etwas abgeschwächten und maskulin modifizierten Form. Im Bezug auf das Körperbild, scheint er zwar generell zufriedener als eben genannte, jedoch fühlt er sich, im Gegensatz zu Typ 4, zu dick.

Obwohl er angibt, im Unterschied zu den weiblichen Respondentinnen sowohl des Typ 1 und des Typ 2, nicht vom Schönheitsideal beeinflusst oder unter Druck gesetzt zu sein, ist bei ihm, ähnlich wie bei Typ 1, ein Schönheitshandeln zu erkennen. Dies könnte einerseits damit begründet werden, dass im Leben des gerade beschriebenen Typs, subjektiv empfunden, das Aussehen, anders als bei Typ 4, bereits in der Schule eine wichtige Rolle spielte. Andererseits könnte man vermuten, dass auch er, obwohl er Gegenteiliges angibt, von der Einwirkung des Schönheitsideals betroffen ist. Es könnte hier eine gewisse Verzerrung im Antwortverhalten vorliegen, denn der Kult um die Schönheit ist nach wie vor ein weibliches Phänomen, wie im Kapitel „Schönheitsideal“ bereits ausgeführt wurde. Männern ist es wie oben angeführt nach wie vor zum Teil unangenehm, zuzugeben Schönheitshandeln zu betreiben, das dies nach wie vor zum Teil mit Homosexualität assoziiert wird.

Die Hypothese des verzerrten Antwortverhaltens, basiert auf der Tatsache, dass sich Typ 3 deutlicher als RespondentInnen, die angeben, ihre Figur habe keine große Relevanz, für einen Veränderungswunsch des Körpers, ausspricht. Dies zeichnet sich besonders an seiner Bereitschaft den eigenen Körper aktiv zu verändern ab. Das Modifizieren der Figur passiert dabei besonders über die Ausübung von sportlicher Aktivität, denn im Vergleich zu allen anderen beschriebenen Typen, tendiert er am stärksten zu eben genannter Maßnahme. Was mit großer Wahrscheinlichkeit mit dem muskulösen Ideal des Mannes einhergeht.

Sein Essverhalten unterscheidet sich außerdem von jenem des Typ 4. Männer, die ihrer Figur eine bedeutende Rolle im Leben beimessen, ernähren sich nämlich tendenziell gesünder und essen kontrollierter als Männer, die ihrer Figur einen relativ unbedeutenden Stellenwert zuschreiben. Im Gegensatz zu Typ 4 hat Typ 3 außerdem, gleich den weiblichen Respondentinnen, bis zum Zeitpunkt der Befragung schon einmal eine Diät gehalten.

Zusammenfassend kann also festgestellt werden, dass Typ 3, zwar nicht so stark wie Typ 1, nach einer schlanken Figur strebt, sich im Ernährungsverhalten aber deutlich von seinem männlichen Gegenstück abhebt. Dass er nicht nur seiner Figur einen höheren Stel-

lenwert beimisst, sondern auch ganz generell mehr Wert auf sein Äußeres legt als Typ 4, kann sowohl durch erhöhte finanzielle Ausgaben für Kleidung und Accessoires sowie für Pflege-, Kosmetik-, und Stylingprodukte als auch daran gemessen werden, dass er der Meinung anderer Personen über sein Aussehen tendenziell mehr Bedeutung schenkt.

#### ***Typ 4 – Der Gleichgültige***

Typ 4 bildet das Pendant zu dem im vorangegangenen Kapitel abgehandelten Typ 1. Er umfasst alle Männer, die im Zuge der Befragung, ihre Figur als unwichtig deklarierten. In vorliegender Stichprobe trifft dies auf insgesamt 38 Respondenten zu.

Im Folgenden soll auch er anhand seiner typischen Merkmale dargestellt werden, basierend vor allem auf dem Vergleich zu Typ 1, der sich, wie bereits dargestellt, am stärksten von ihm abgrenzt. Aber auch mit der Gegenüberstellung zu Typ 3 und Typ 2 wird versucht, jene Männer zu beschreiben, die ihrer Figur einen geringen Stellenwert beimessen. Zunächst wird das Körperbild des Typ 4 genauer beleuchtet. Die Vermutung liegt nahe, dass sich Typ 4 anders als Typ 1 mit seiner Figur zufrieden fühlt, da sie keinen besonderen Stellenwert in seinem Leben zu haben scheint. Betrachtet man nun folgende Grafik, so kann diese These bestätigt werden.

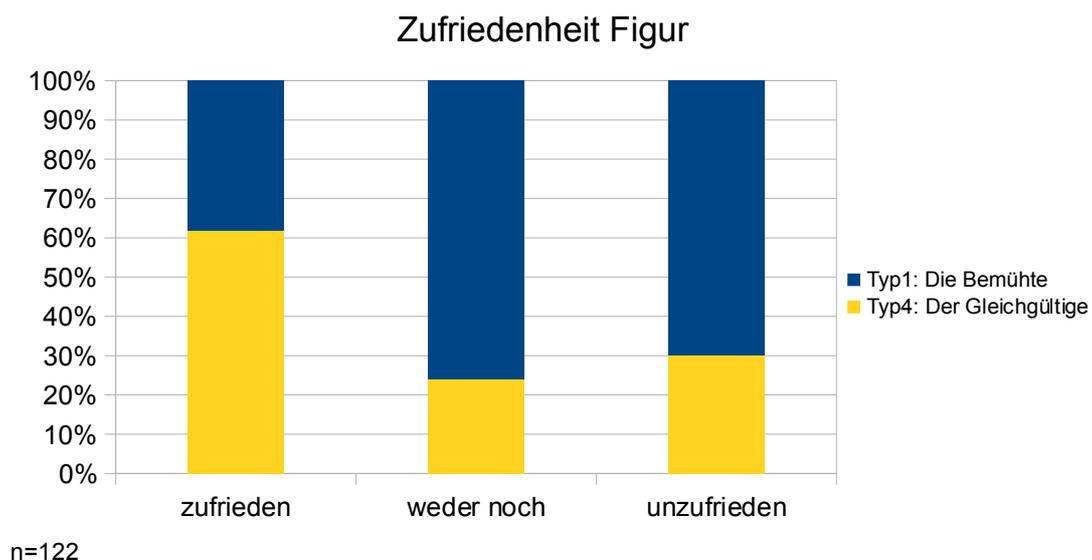


Abbildung 26: Zufriedenheit Figur Typ4; Typ1;

Bei der Gegenüberstellung mit Typ 1\*\* ( $\eta = 0,341$ ) kristallisiert sich eine wesentlich höhere Körperzufriedenheit heraus, was womöglich am geringen Stellenwert der eigenen Figur liegen könnte. Obwohl sich bei Typ 4 der durchschnittliche Wert des BMI auf 24,02 beläuft und somit höher ist als der des Typ 1, ist gerade beschriebener Typ mit seiner Figur zufriedener. Das lässt darauf schließen, dass er anders als Typ 1 tendenziell weniger bestrebt ist, einen schlanken Körper zu haben. Dies bestätigt sich auch im Antwortverhalten zum Statement 'ich fühle mich zu dick/ ich fühle mich zu dünn'. Im Unterschied zu Typ 1\*\* ( $\eta = 0,369$ ) und Typ 3\* ( $\eta = 0,268$ ) schätzt er seine Figur wesentlich undeutlicher als zu dick ein.

Außerdem beantworten Männer, denen die eigene Figur nicht wichtig zu sein scheint, diese Frage, im Vergleich zu allen anderen RespondentInnen des Fragebogens, tendenziell am deutlichsten mit 'weder noch'. Das unterstreicht weiters die Belanglosigkeit hinsichtlich des Körpervolumens des Typ 4.

Wenig überraschend zeigt sich im Zuge der weiteren Analyse zum Körperbild des Typ 4\*\*, dass er nicht nur im Vergleich zu seinem Gegenstück Typ 1\*\* ( $\eta = 0,310$ ) deutlicher möchte, dass seine Figur so bleibt wie sie ist, er wählt auch verhältnismäßig am häufigsten die in der Mitte liegende Antwortkategorie 'weder noch'. Das lässt zusätzlich auf eine größere Meinungslosigkeit zur vorliegenden Thematik schließen, wie unten stehende Abbildung visualisiert.

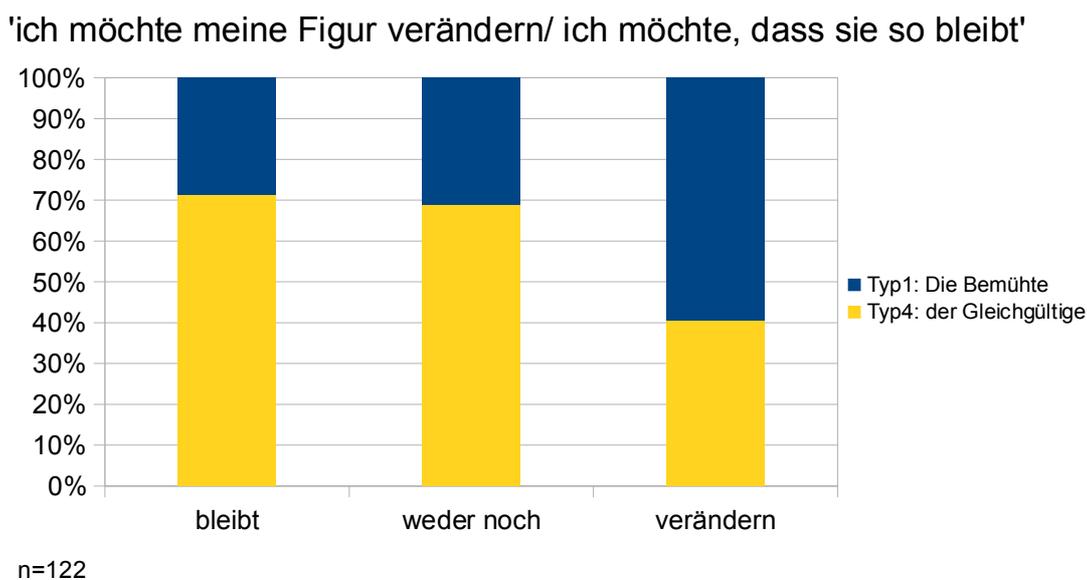


Abbildung 27: 'Ich möchte meine Figur verändern/Ich möchte, dass sie so bleibt' Typ4; Typ1;

Zusammenfassend kann also in Bezug auf das Körperbild des Typ 4 festgestellt werden, dass sich dieser vergleichsweise zufriedener mit seiner Figur fühlt und somit tendenziell den Wunsch nach einer Veränderung derselben schwächer äußert und dass vor allem er besonders oft die Mittelkategorie 'weder noch' wählt, wenn es um die subjektive Beurteilung um sein Körperbild geht. Erklärt werden könnte dieses Antwortverhalten mit einem Zitat von Kluge.

*„[W]ährend Frauen eine größere Aufmerksamkeit und Sensibilität für den eigenen Körper zeigen und sich um ihre Attraktivität sorgen, wird bei Männern ein mehr instrumentelles Verhältnis konstatiert.“ (Kluge et al. 1999: 24)*

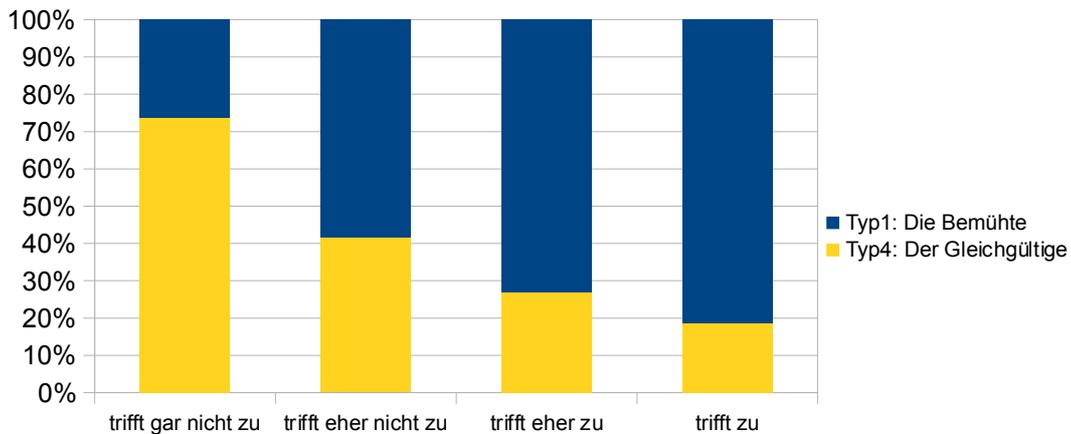
Das heißt, dass Männer weniger das Aussehen des Körpers, sondern vielmehr seine Funktion als wichtig empfinden und somit auch weniger im Stande sind, das Äußere und die Empfindlichkeiten darüber, zu bewerten.

Im nächsten Schritt soll nun eine mögliche Begründung dieser deutlichen Abweichung vom Typ 1 in puncto Körperbild diskutiert werden.

Wurde die Wichtigkeit und die Unzufriedenheit mit der Figur bei Typ 1 auf den Einfluss des Schönheitsideals und auf die Rolle der Peers zurückgeführt, so stellt sich auch in diesen Punkten bei Typ 4 ein abweichendes Bild ein.

Analog zu den Frauen, die ihrer Figur einen wichtigen Stellenwert beimessen\*\*, spielt beim Mann, der sie als unwichtig empfindet\*\* ( $\eta = 0,416$ ), das Schönheitsideal keine große Rolle. Er fühlt sich nicht nur weniger von ihm unter Druck gesetzt, auch der negative Einfluss auf das eigene Körperbild spielt bei Typ 4\*\* ( $\eta = 0,366$ ) eine untergeordnete Rolle, wie nachstehende Abbildung verdeutlicht.

### 'Das vorgegebene Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ'



n=122

Abbildung 28: 'Das vorgegebene Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ' Typ4; Typ1;

Die geringe Manipulation des Ideals auf Typ 4 und die gleichzeitig höhere Körperzufriedenheit, legt den Schluss nahe, dass diese zwei Faktoren in einem Zusammenhang stehen.

Im Leben des Typ 4 hat das Aussehen, subjektiv empfunden, weder in der Schule\*\* ( $\eta = 0,335$ ) noch in der Familie\*\* ( $\eta = 0,256$ ) im Verhältnis zu Typ 1 eine große Rolle gespielt. Dass das Aussehen einen vergleichsweise geringen Stellenwert unter Angehörigen hat, trifft dabei aber nicht nur auf Männer des Typ 4, sondern auch auf jene des Typ 3 zu. Somit scheint naheliegend, dass es sich hierbei generell um ein geschlechtsbezogenes Phänomen handelt. Anders verhält sich dies allerdings mit der Relevanz der äußeren Erscheinung innerhalb der Ausbildungsstätte. Hier ist es unter allen anderen beschriebenen Typen besonders Typ 4, der sich erinnert, dass das Äußere auch dort nicht wichtig war.

Aus Gründen der Übersichtlichkeit wird sich bei der folgenden Darstellung wieder des Vergleiches zwischen Typ 4\*\* und seinem Korrelat, Typ 1\*\* ( $\eta = 0,335$ ), bedient.

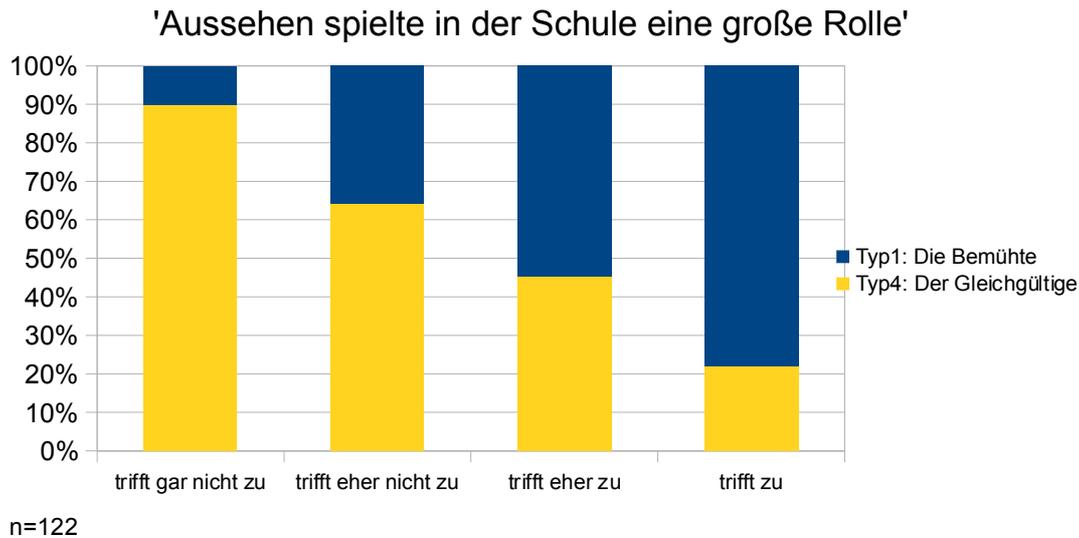


Abbildung 29: 'Aussehen spielte in der Schule eine große Rolle' Typ4, Typ1;

Es scheint also, dass Typ 4 weniger als die anderen beschriebenen Typen von äußeren Einflüssen in Bezug auf das Aussehen geprägt ist. Daraus kann rückgeschlossen werden, dass die Rolle der Peers und jene des Schönheitsideals Einflussfaktoren auf die Zufriedenheit mit dem Körperbild darstellen.

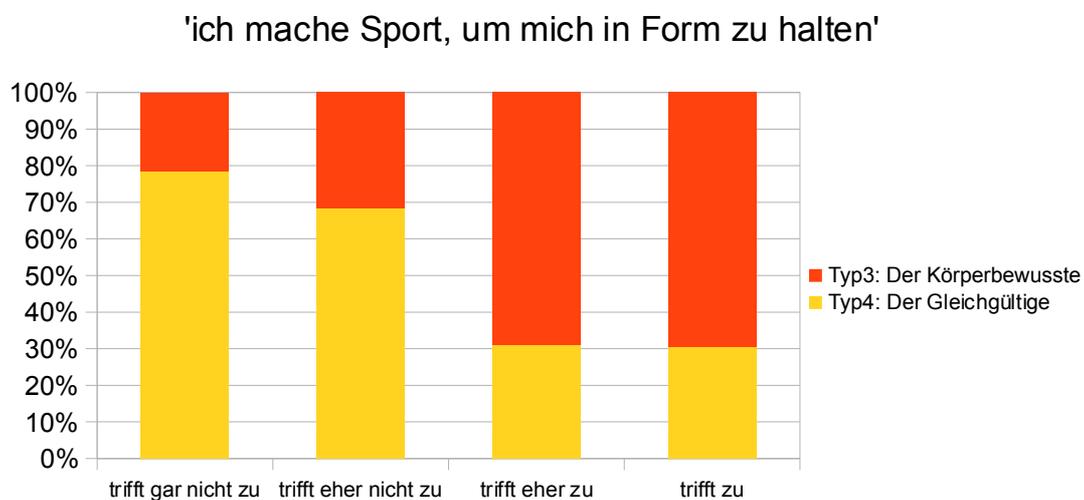
Wenn die eigene Figur für einen Menschen selbst, keine große Bedeutung hat, so wird auch der Meinung Anderer über das eigene Äußere keine große Wichtigkeit beigemessen. Diese These lässt sich durch die Analyse hinsichtlich der Meinung des Typ 4 über die Beurteilung seines Äußeren durch Andere bestätigen. Gleichgültig ob es sich um fremde, bekannte oder nahestehende Personen (\*gegenüber Typ 1 ( $\eta = 0,279$ )) handelt, tendenziell lassen sich Männer, die ihrer Figur wenig Bedeutung zumessen, am wenigsten von der Meinung anderer Personen über ihr eigenes Erscheinungsbild beeinflussen.

Diese eher gleichgültige Haltung zur Beurteilung anderer über das eigene Äußere und auch der untergeordnete Stellenwert der Figur, spiegeln sich am deutlichsten im Bereich der Körpermodifikationen wider.

Generell herrscht in diesem Punkt eine gewisse Ähnlichkeit zum Typ 2, also jenen Frauen für welche die Figur von geringer Bedeutung ist. Während das männliche

Schönheitsideal, wie bereits weiter oben diskutiert, einen muskulösen, durch trainierten Körper repräsentiert, ist Typ 4, davon unbeeindruckt, wenig daran interessiert, seinen Körper zu formen. Er ist viel weniger als Typ 1\*\* ( $\eta = 0,341$ ) und Typ 3\*\* ( $\eta = 0,419$ ) bereit, an seiner Figur zu arbeiten. In dieser Einstellung übertrifft er auch den ihm, im diesbezüglichen Bereich ähnlichen, Typ 2. In erster Linie spiegelt sich dies in dem geringen Ausmaß an sportlicher Betätigung wider. Besonders deutlich ist der Unterschied hierbei zu seinem männlichen Äquivalent Typ 3\*\* ( $\eta = 0,381$ ), der seiner eigenen Figur eine hohe Bedeutung zumisst.

Die nachstehende Abbildung soll diese Differenz visualisieren.



n=99

Abbildung 30: 'Ich mache Sport, um mich in Form zu halten' Typ4; Typ3;

Doch nicht nur in sportlicher Hinsicht zeigt Typ 4 wenig Ambition, auch das Ernährungsverhalten bestätigt das bisherige Bild. Anders als sein Pendant Typ 1, scheint sich Typ 4 tendenziell ungesünder zu ernähren und achtet beim Essen nicht darauf, ob er zunimmt oder nicht (gegenüber Typ 1\*\* ( $\eta = 0,390$ )). Das Diätverhalten unterscheidet sich außerdem grundlegend von allen anderen in dieser Arbeit abgehandelten Typen. Im Vergleich herrscht eine eindeutige Tendenz, keine Diät zu halten, vor. Die Respondenten, die zu Typ 4 zählen, haben noch nie versucht durch das Umstellen von Ernährungsgewohnheiten abzunehmen. (gegenüber Typ1\*\* (Cramers V: 0,443) /Typ2\*\* (Cramers V: 0,341) /Typ3\* (Cramers V: 0,228)

Ein weiteres Charakteristikum dieses Typs ist außerdem, dass er anders als die anderen Typen, keine Essstörung hat und auch niemals hatte. Dies erscheint logisch, denn essgestörte Menschen sind, anders als Typ 4, relativ figurfixiert. Männer, deren Figur einen geringen Stellenwert im Leben einnimmt, legen auch keinen besonderen Wert auf Pflege-, Styling-, und Kosmetikprodukte. Darauf lassen die verhältnismäßig niedrigen Ausgaben für Waren dieser Art schließen. Während Frauen, für die die eigene Figur wichtig ist, auch Wert auf das äußere Erscheinungsbild legen, lässt sich für Typ 4 Gegenteiliges feststellen. Dieser wendet im Monat vor der Befragung weniger Geld für Kleidung und Accessoires auf, was nachstehende Abbildung zeigt.

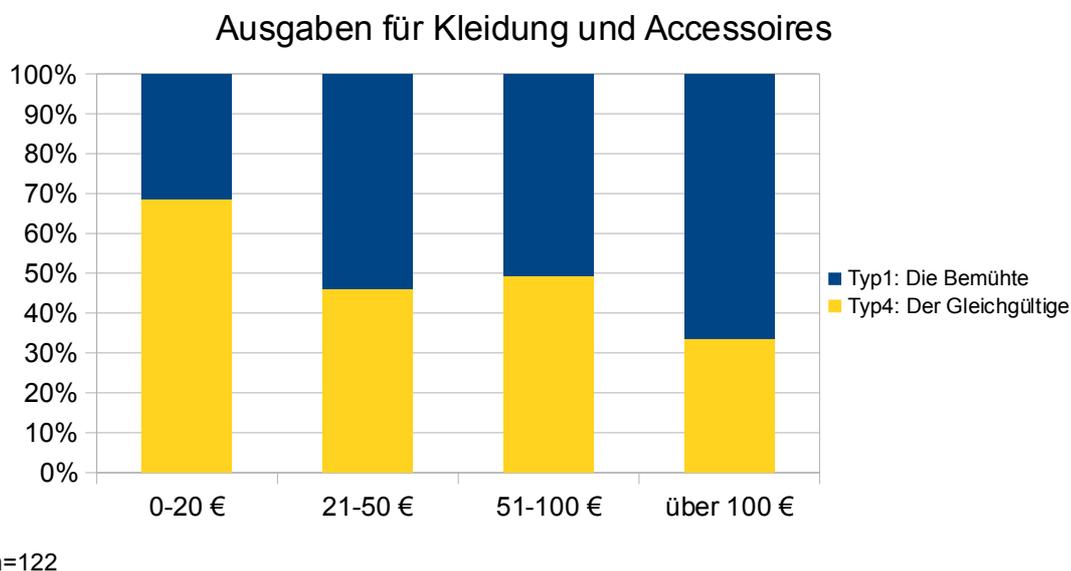


Abbildung 31: Ausgaben für Kleidung und Accessoires Typ4; Typ1;

Interessant an obenstehender Abbildung ist nicht nur die vergleichsweise häufigere Nennung der Ausgaben in den niedrigeren Kategorien, sondern besonders auch die Spanne der Beträge. Während Männer des Typ 4 dazu tendieren, die niedrigste Klasse von Ausgaben für Kleidung und Accessoires zu wählen, geben die Frauen des Typ 1 tendenziell den höchsten Wert an.

Die Begründung warum sich Männer des Typ 4 ganz offensichtlich nur wenig mit ihrem Äußeren und ihrer Figur auseinandersetzen, könnte mit dem Umstand gegeben sein, dass sie sich nicht mit dem Wahn um einen geschönten Körper, der bereits im Kapitel “Der

Wandel der Relevanz des Äußeren“ abgehandelt wurde, identifizieren können oder wollen und ihr Leben hinsichtlich des Körpers und des Äußeren gemäß dem im Volksmund gebrauchten Spruch „*[A]lles was an einem Mann schöner ist als beim Affen, das ist Luxus.*“ (Neundorfer 2010: 122) bestreiten.

#### Komprimierte Charakteristik Typ 4 - der Gleichgültige

Typ 4 ist männlich und erachtet seine Figur als relativ unbedeutend. Seinem Körper gegenüber nimmt er eine gleichgültige beziehungsweise zufriedene Haltung ein. Dies spiegelt sich darin wider, dass er sein Körpervolumen anders als die anderen Typen tendenziell am wenigsten bemängelt und zusätzlich weniger den Wunsch hegt, seine Figur zu verändern.

Warum gerade er mit seinem Körper zufriedener ist, könnte daran liegen, dass er sich anders als die Anderen am wenigsten stark vom vorgegeben Schönheitsideal beeinflussen lässt. Des Weiteren ist dieser Umstand möglicherweise auch darauf zurückzuführen, dass Typ 4 in seiner Erinnerung schon während seines Teenageralters weniger mit einem hohen Stellenwert des Äußeren konfrontiert wurde. So kommt dem Aussehen in der Schule als auch im Kreis der Familie ungleich weniger Bedeutung zu. Sein Verhalten hinsichtlich möglicher Körpermodifikationen bringt eben Genanntes zum Ausdruck.

Weder seine Ernährungsgewohnheiten noch seine sportliche Aktivitäten lassen auf ein Bemühen zu einer möglichen Verschönerung schließen. Tendenziell ernährt er sich ungesünder als die anderen Typen und achtet auch nicht darauf, mittels einer kontrollierten Nahrungsaufnahme schlank zu bleiben. Typ 4 macht verhältnismäßig eher keine Diäten und scheint grundsätzlich nicht vom Schlankheitsideal beeindruckt zu sein.

Auch bei den Angaben zu finanziellen Ausgaben manifestiert sich eine sehr geringe Motivation zur Verschönerung. Typ 4 investiert besonders gegenüber Typ 1 signifikant weniger für Kleidung und Accessoires sowie für Styling-, Kosmetik-, und Pflegeprodukte. Der im Kapitel „Der Wandel der Relevanz des Äußeren“ thematisierte, gesteigerte Körperkult, scheint an ihm beinahe spurlos vorbeizugehen.

Er zeigt sich nicht nur vom vorgegebenen Schönheitsideal unbeeindruckt, auch ist für den Mann, der seiner Figur eine geringe Bedeutung beimisst, die Meinung anderer Personen über sein Äußeres, in Relation zu den anderen abgehandelten Typen tendenziell unwichtiger.

## 4. Konklusion

Diese Arbeit beschäftigt sich in erster Linie mit der unterschiedlich hohen Bedeutungszuschreibung der Figur und des äußeren Erscheinungsbildes insgesamt.

Nach einer ersten Analyse der durch den Fragebogen generierten Daten, kann die anfängliche, durch qualitative Interviews generierte Forschungshypothese, dass der Stellenwert des Aussehens in der Entwicklung vom Teenager zum Erwachsenen abnimmt, falsifiziert werden. Die Figur hat der quantitativen Forschung zufolge bei den meisten Menschen nie an Wichtigkeit verloren. Unterliegt diese einem Wandel, so liegt tendenziell eine Steigerung der Relevanz der Figur vor.

Der Fokus der vorliegenden Arbeit richtet sich nach dieser ersten Erkenntnis schließlich auf die ungleiche Prioritätensetzung hinsichtlich des Körpers in der Gegenwart bei Personen die hauptsächlich der Altersgruppe der 20- bis 40- Jährigen angehören.

Die statistische Auswertung ergibt, dass sich Menschen, die ihrem Körper eine hohe Relevanz beimessen, von jenen, die ihn als eher unwichtig empfinden, in mehreren Bereichen deutlich unterscheiden. Personen, die sich stärker über das Äußere definieren, weisen unter anderem eine höhere Beeinflussung in Bezug auf das Aussehen durch das soziale Umfeld auf. Im Gegensatz dazu konnte festgestellt werden, dass bei Männern, die ihre Figur als unwichtig erachten, das äußere Erscheinungsbild schon zu Teenagerzeiten in ihrer Erinnerung eine untergeordnete Rolle spielte. Sie berichten, in einem ungleich schwächeren Ausmaß mit der Relevanz des Aussehens im Kreise der Familie und auch seitens der Schule konfrontiert worden zu sein. Es konnte außerdem herausgefunden werden, dass dem Einfluss des Schönheitsideals eine wesentliche Rolle sowohl im Bereich der Körperwahrnehmung als auch hinsichtlich des Schönheitshandelns zukommt. Anders als Frauen, die der Figur große Bedeutung zumessen, geben Männer, auf die selbiges zutrifft, jedoch nicht an, durch das vorherrschende Ideal beeinflusst zu sein.

Anhand der durchgeführten reversiblen Körpermodifikationen macht sich allerdings bei beiden Geschlechtern die Wirkung des Ideals bemerkbar. Dabei manifestiert sich vor allem bei Frauen eine negative Auswirkung auf das subjektiv empfundene Körperbild. Jene weiblichen Personen, die ihre Figur als wichtig empfinden, sind davon am deutlichsten betroffen. Sie sind am unzufriedensten mit der eigenen Figur, und wollen sie am stärksten durch Gewichtsreduktion verändern. Dieser Veränderungswunsch tritt aber auch gehäuft bei Männern auf, die angeben, dass ihnen die eigene Figur wichtig sei. Sowohl Männer als auch Frauen, die der Figur eine wichtige Position im Leben beimessen, wenden verhältnismäßig größere Mühen auf, um sowohl die Figur als auch das Aussehen insgesamt zu verschönern.

Auf Grundlage der vorliegenden Daten können speziell in diesem Punkt geschlechtsspezifische Handlungsdivergenzen beobachtet werden. Während körperbewusste Männer gemäß dem für sie vorherrschenden Ideal des muskulösen, trainierten Körpers besonders sportliche Aktivitäten forcieren, um die gewünschte Figur zu erlangen beziehungsweise beizubehalten, kristallisiert sich bei ihrem weiblichen Pendant zusätzlich eine deutlichere Neigung zu kontrolliertem Essverhalten, zu großen Teilen unterstützt durch veränderte Ernährungsgewohnheiten aus Gründen der Gewichtsreduktion, heraus.

Grundsätzlich unterscheiden sich Frauen unabhängig vom Stellenwert ihrer Figur, in ihrem Schönheitshandeln in der gesteigerten Verwendung von Kosmetikprodukten. Betrachtet man die verhältnismäßig höheren finanziellen Ausgaben, geht außerdem hervor, dass vor allem Frauen, die ihre Figur als wichtig erachten, im Verhältnis zu Männern auch mehr Wert auf Mode legen. Personen, die ihre Figur als unwichtig empfinden, strengen sich in Relation dagegen kaum an, ihren Körper zu modifizieren. Denn sie sind im Vergleich zu jenen Menschen, welche die Figur als wichtig erachten, auch zufriedener und hegen einen viel weniger starken Wunsch nach Modifikation derselbigen. Dies betrifft vor allem Männer. Frauen, für die die eigene Figur eine untergeordnetere Rolle spielt, lassen ein abgeschwächtes Schönheitshandeln erkennen, welches sich, wie bereits angeführt, im Bereich des Ernährungsverhaltens als auch im Feld der finanziellen Ausgaben, für Schönheitsprodukte feststellen lässt.

Ein weiteres Ergebnis der Auswertung zeigt, dass Menschen die ihrer Figur eine größere Bedeutung beimessen, gleichzeitig sensibler auf Fremdwahrnehmung reagieren. Besonders der Meinung bekannter und nahestehender Personen schreiben sie eine verhältnismäßig größere Bedeutung zu als jene, die der Figur eine geminderte Bedeutung zumessen.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass dem Aussehen im Leben von Frauen ein höherer Stellenwert zukommt als in jenem des männlichen Geschlechts. Aufgrund der subjektiv empfundenen, relativ stärkeren Konfrontation mit der Bedeutung des Aussehens durch Familie und Peers schon in der Teenagerzeit, aber auch in der Gegenwart mittels des vorherrschenden Schönheitsideals, scheint die äußere Erscheinung bei Frauen größeres Gewicht zu haben, als bei Männern. Daraus resultiert zum einen eine höhere Unzufriedenheit mit dem Körper und zum anderen ein deutlicherer Veränderungswunsch der Figur, der von einem ausgeprägteren Schönheitshandeln seitens des weiblichen Geschlechts begleitet wird.

Es wird spannend zu beobachten sein, ob beziehungsweise inwiefern sich die Auseinandersetzung mit dem Aussehen bei Männern in Zukunft an den momentanen Stellenwert des Aussehens für Frauen angleicht. In der Literatur zu diesem Thema zeichnet sich diesbezüglich ein deutlicher Wandel ab.

Zusätzlich scheint es überaus interessant, die anfängliche Forschungsfrage wiederholt aufzugreifen und eine Erhebung auch an Personen fortgeschritteneren Alters durchzuführen, die es ermöglicht zu klären, ob das äußere Erscheinungsbild unter Umständen in dieser Altersgruppe einem signifikanten Bedeutungsrückgang unterliegt.

# 5. Anhang

## 5.1 Fragebogen

1. Bitte kreuzen Sie zutreffendes an.

	stimme voll zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme gar nicht zu	keine Angabe
<b>es ist mir egal wie...</b>					
... mir fremde Personen über mein Äußeres denken	<input type="checkbox"/>				
... meine Bekannten über mein Äußeres denken	<input type="checkbox"/>				
... mir nahestehende Personen über mein Äußeres denken	<input type="checkbox"/>				

2. Denken Sie nun bitte an ihr Äußeres, in welchen Lebensbereichen ist es für Sie wichtig "gut auszusehen"?

Es ist mir wichtig gut auszusehen wenn ich...

	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu	keine Angabe
<b>...auf die Universität gehe (nicht studierend-keine Angabe)</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
<hr/>					
<b>... in meiner Arbeit bin</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
<hr/>					
<b>... alleine Unterwegs bin</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
<hr/>					
<b>... mich allein in meinen vier Wänden aufhalte</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
<hr/>					
<b>... einkaufen gehe</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
<hr/>					
<b>... mit meine/m/r Partner/in ausgehe (kein Partner – keine Angabe)</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				

dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
<b>...mit meine/m/r Partner/in Zeit im Privatem verbringe</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				

**3. Bitte kreuzen Sie zutreffendes an.** (Wenn weder die linke noch die rechte Aussage zutrifft: bitte 0 ankreuzen.)

ich bin mit meiner Figur zufrieden	<input type="checkbox"/>	ich bin mit meiner Figur unzufrieden						
	3	2	1	0	1	2	3	
ich fühle mich zu dick	<input type="checkbox"/>	ich fühle mich zu dünn						
	3	2	1	0	1	2	3	
ich wirke auf andere attraktiv	<input type="checkbox"/>	ich wirke auf andere unattraktiv						
	3	2	1	0	1	2	3	
ich möchte meine Figur verändern	<input type="checkbox"/>	ich möchte, dass meine Figur so bleibt						
	3	2	1	0	1	2	3	
ich stehe gerne im Mittelpunkt	<input type="checkbox"/>	ich möchte nicht auffallen						
	3	2	1	0	1	2	3	
mir gefällt mein Gesicht	<input type="checkbox"/>	mir gefällt mein Gesicht nicht						
	3	2	1	0	1	2	3	

**4. Bitte denken Sie nun noch einmal an Ihr Äußeres, in welchen Lebensbereichen ist es für Sie wichtig "gut auszusehen"?**

Es ist mir wichtig gut auszusehen wenn ich...

	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu	keine Angabe
<b>... zu einer Familien- bzw. Verwandtschaftsfeier eingeladen bin</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
<b>...mit Freunden in der Wohnung treffe</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
<b>... mit Freunden ins Kino/Café/Restaurant gehe</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
<b>... mit Freunden weggehe Party/Club/Bar/Konzert</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
<b>... an der frischen Luft Sport mache</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				

dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
<b>... in geschlossenen Räumen Sport mache</b>					
dabei spielt meine Figur eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
dabei spielt meine Kleidung/Styling eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				

**5. Bitte geben Sie an wie sehr Sie folgenden Aussagen zustimmen.**

	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu	keine Angabe
ich fühle mich durch das vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt	<input type="checkbox"/>				
das vorgegebene Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ	<input type="checkbox"/>				
ich habe eine gute Beziehung zu meiner Mutter	<input type="checkbox"/>				
ich habe eine gute Beziehung zu meinem Vater	<input type="checkbox"/>				
generell bewerte ich die Beziehung zu meiner Familie als gut	<input type="checkbox"/>				
ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern	<input type="checkbox"/>				
in meinem Beruf ist es wichtig, gut auszusehen	<input type="checkbox"/>				
ich weiß, was ich will	<input type="checkbox"/>				
ich mache Sport um mich in Form zu halten	<input type="checkbox"/>				
ich benutze täglich Make-up	<input type="checkbox"/>				
ich ernähre mich gesund	<input type="checkbox"/>				
ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen	<input type="checkbox"/>				
ich habe oft Hungergefühle	<input type="checkbox"/>				
je mehr ich mit meiner Figur zufrieden bin, desto beliebter fühle ich mich	<input type="checkbox"/>				
ich würde eine Schönheitsoperation in Erwägung ziehen	<input type="checkbox"/>				
ich versuche zuzunehmen	<input type="checkbox"/>				

**6. Wie viele Personen gibt es in ihrem Bekannten-Verwandten und Freundeskreis, die an einer Essstörung leiden/litten.**

- niemand       1-2       3-5       mehr als 5

**. Bitte geben Sie an ob nachstehende Aussagen zutreffen.**

	ja	nein	keine Angabe
ich habe schon einmal eine Diät gemacht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich habe mehrmals Diät gehalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich nehme/ nahm regelmäßig Abführmittel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich leide an einer Essstörung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich hatte schon einmal eine Essstörung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
eine oder mehrere mir nahestehende Person(en) leide(t)en an einer Essstörung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich habe mich einer Schönheitsoperation entzogen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
meine Eltern sind geschieden/getrennt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ich habe im Laufe meines Lebens eine oder mehrere wichtige Bezugspersonen verloren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mir wurde im Laufe meines Lebens mehrmals psychisch/psychisch Gewalt angetan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
in meinem Leben hat (haben) sich ein oder mehrere traumatische Ereignisse abgespielt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**8. Welche Konfektionsgröße haben Sie?**

*Damengrößen*

- unter 34     34     36     38     40     42     44     46     über 46

*Herrengrößen*

- XS     S     M     L     XL     XXL     XXXL

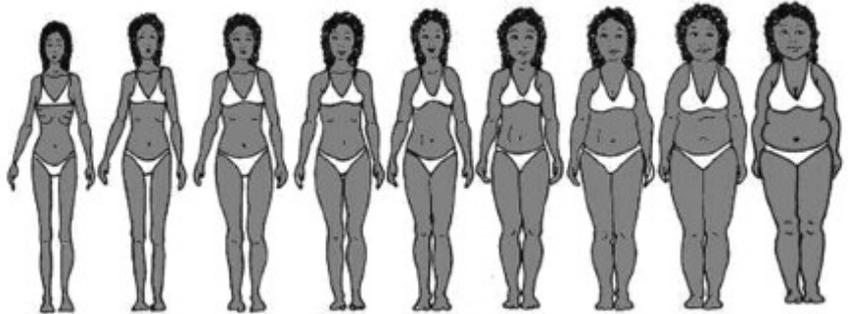
**9. Wie groß sind Sie?**

cm \_\_\_\_\_

**10. Wieviel wiegen Sie?**

kg \_\_\_\_\_

**11a. (sind Sie männlich, bitte weiter bei Frage 11b)**



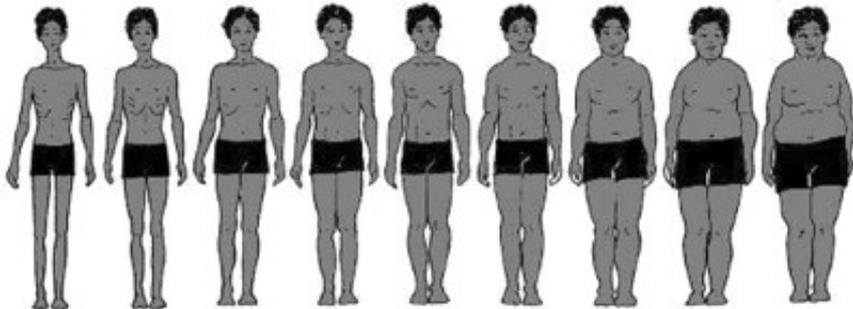
Kreuzen Sie bitte die Figur **die Ihrer am ehesten entspricht** an. (Buchstabe)

- A     B     C     D     E     F     G     H     I

Kreuzen Sie bitte die Figur, **die Sie gerne hätten** an. (Buchstabe)

- A     B     C     D     E     F     G     H     I

**11b.**



Kreuzen Sie bitte die Figur **die Ihrer am ehesten entspricht** an. (Buchstabe)

- A     B     C     D     E     F     G     H     I

Kreuzen Sie bitte die Figur, **die Sie gerne hätten** an. (Buchstabe)

- A     B     C     D     E     F     G     H     I

**12. Denken Sie nun bitte an Ihre Zeit als Teenager und kreuzen Sie zutreffendes an:**

	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu	keine Angabe
ich war in der Schule beliebt	<input type="checkbox"/>				
ich hatte viele Freunde	<input type="checkbox"/>				
Aussehen spielte in der Familie eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
Aussehen spielte in meinem Freundeskreis eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
Aussehen spielte in der Schule eine große Rolle	<input type="checkbox"/>				
ich wurde auf Grund meines Aussehens gehänselt	<input type="checkbox"/>				

meine Mutter war überfürsorglich	<input type="checkbox"/>				
Essen hatte einen hohen Stellenwert in meiner Familie	<input type="checkbox"/>				
ich aß mehrmals in der Woche gemeinsam mit meiner Familie	<input type="checkbox"/>				
es wurde viel Wert auf Tischsitten gelegt	<input type="checkbox"/>				

**13. Was war Ihrer Meinung nach wichtig um als Teenager beliebt zu sein?**

	sehr wichtig	wichtig	teils teils	eher unwichtig	gar nicht wichtig
fachliche Fähigkeiten	<input type="checkbox"/>				
Humor	<input type="checkbox"/>				
Aussehen	<input type="checkbox"/>				
Auftreten	<input type="checkbox"/>				
Hilfsbereitschaft	<input type="checkbox"/>				
Zielstrebigkeit	<input type="checkbox"/>				
Fleiß	<input type="checkbox"/>				
Klugheit	<input type="checkbox"/>				
Sportlichkeit	<input type="checkbox"/>				
Geld	<input type="checkbox"/>				
Sonstiges	<input type="checkbox"/>				

**14. Wie wichtig waren Ihnen folgende Bereiche als Teenager?**

	sehr wichtig	wichtig	teils teils	eher unwichtig	gar nicht wichtig
Bildung	<input type="checkbox"/>				
Kultur	<input type="checkbox"/>				
Partnerschaft	<input type="checkbox"/>				
Politik	<input type="checkbox"/>				
Sport (aktiv/passiv)	<input type="checkbox"/>				
Familie	<input type="checkbox"/>				
Beruf/Studium	<input type="checkbox"/>				
Freunde	<input type="checkbox"/>				
Geld	<input type="checkbox"/>				
Hobbies	<input type="checkbox"/>				
Aussehen	<input type="checkbox"/>				
Mode/Styling	<input type="checkbox"/>				
Gesundheit	<input type="checkbox"/>				
Ernährung	<input type="checkbox"/>				
Musik	<input type="checkbox"/>				
Natur	<input type="checkbox"/>				
Sonstiges	<input type="checkbox"/>				

**15. Wie wichtig war Ihnen Ihre Figur damals? (1 überhaupt nicht wichtig, 10 sehr wichtig)**

1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

**16. Wie wichtig ist Ihnen Ihre Figur heute? (1 überhaupt nicht wichtig, 10 sehr wichtig)**

1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

Wenn Ihnen Ihre Figur heute wichtiger oder unwichtiger ist als damals:

**17. Die Wichtigkeit meiner Figur hat sich geändert aufgrund ...**

	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu	keine Angabe
... eines Umzuges	<input type="checkbox"/>				
... eines Freundeskreiswechsels	<input type="checkbox"/>				
... einer beruflichen Veränderung	<input type="checkbox"/>				
... persönlicher Weiterentwicklung	<input type="checkbox"/>				
... sonstiges _____	<input type="checkbox"/>				
... weil mir jetzt anderes wichtiger ist, nämlich: _____					

**18. Bitte kreuzen Sie an, wie sehr nachstehende Aussagen zutreffen.**

	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu	keine Angabe
Ich bekomme oft Komplimente für mein Aussehen.	<input type="checkbox"/>				
Ich bekomme Zuspruch vom anderen Geschlecht.	<input type="checkbox"/>				
mein Partner/meine Partnerin bestätigt mich in meinem Aussehen.	<input type="checkbox"/>				
Heute bin ich mit meiner Figur zufriedener als damals.	<input type="checkbox"/>				
Mein Körper hat sich seit damals sehr verändert.	<input type="checkbox"/>				

19. Wie viel gaben Sie im letzten Monat für...	0-20 €	21-50 €	51-100 €	101-200 €	201-300 €	301-400 €	401-500 €	über 500 €
... Kleidung und/oder Accessoires aus?	<input type="checkbox"/>							
... für sportliche Aktivitäten/ Fitness aus?	<input type="checkbox"/>							
... für Essen aus?	<input type="checkbox"/>							
... Pflege-, Kosmetik-, und/oder Stylingprodukte aus?	<input type="checkbox"/>							

**20. Wie wichtig sind Ihnen folgende Bereiche heute?**

	sehr wichtig	wichtig	teils teils	eher unwichtig	gar nicht wichtig
Bildung	<input type="checkbox"/>				
Kultur	<input type="checkbox"/>				
Partnerschaft	<input type="checkbox"/>				
Politik	<input type="checkbox"/>				
Sport (aktiv/passiv)	<input type="checkbox"/>				
Familie	<input type="checkbox"/>				
Beruf/Studium	<input type="checkbox"/>				
Freunde	<input type="checkbox"/>				
Geld	<input type="checkbox"/>				
Hobbies	<input type="checkbox"/>				
Aussehen	<input type="checkbox"/>				
Mode/Styling	<input type="checkbox"/>				
Gesundheit	<input type="checkbox"/>				
Ernährung	<input type="checkbox"/>				
Musik	<input type="checkbox"/>				
Natur	<input type="checkbox"/>				
Sonstiges _____	<input type="checkbox"/>				

**21. Was ist Ihrer Meinung nach wichtig um beruflich erfolgreich zu sein?**

	sehr wichtig	wichtig	teils teils	eher unwichtig	gar nicht wichtig
fachliche Fähigkeiten	<input type="checkbox"/>				
Humor	<input type="checkbox"/>				
Aussehen	<input type="checkbox"/>				
Auftreten	<input type="checkbox"/>				
Hilfsbereitschaft	<input type="checkbox"/>				
Zielstrebigkeit	<input type="checkbox"/>				
Fleiß	<input type="checkbox"/>				
Intelligenz	<input type="checkbox"/>				
Sportlichkeit	<input type="checkbox"/>				
Geld	<input type="checkbox"/>				

**22. Was ist Ihrer Meinung nach wichtig, um beliebt zu sein?**

	sehr wichtig	wichtig	teils teils	eher unwichtig	gar nicht wichtig
fachliche Fähigkeiten	<input type="checkbox"/>				
Humor	<input type="checkbox"/>				
Aussehen	<input type="checkbox"/>				
Auftreten	<input type="checkbox"/>				
Hilfsbereitschaft	<input type="checkbox"/>				
Zielstrebigkeit	<input type="checkbox"/>				
Fleiß	<input type="checkbox"/>				
Intelligenz	<input type="checkbox"/>				
Sportlichkeit	<input type="checkbox"/>				
Geld	<input type="checkbox"/>				

Bitte kreuzen sie zutreffendes an.

**23. Geschlecht**

weiblich  männlich

**24. Wie alt sind Sie?**

\_\_\_\_\_ Jahre

**25.**

Denken Sie nun bitte an ihre Geldbezüge (netto Einkommen, Beihilfen, Renten, etc...)

**Alles in allem wie viel Geld erhalten Sie im Monat?**

- € 0 - € 500
- € 501 - € 800
- € 801 - € 1200
- € 1201 - € 1500
- € 1501 - € 2000
- € 2001 - € 3000
- über 3000 €

**26. Was ist Ihre höchste abgeschlossene Bildung?**

- kein Abschluss
- Hauptschule
- Lehrabschluss

- Fachschule
- Matura
- Berufsreifeprüfung
- Universitätsabschluss
- Hochschulabschluss

**27. Was ist die höchste abgeschlossene Bildung ihres Vaters?**

- kein Abschluss
- Hauptschule
- Lehrabschluss
- Fachschule
- Matura
- Berufsreifeprüfung
- Universitätsabschluss
- Hochschulabschluss

**28. Was ist die höchste abgeschlossene Bildung ihrer Mutter?**

- kein Abschluss
- Hauptschule
- Lehrabschluss
- Fachschule
- Matura
- Berufsreifeprüfung
- Universitätsabschluss
- Hochschulabschluss

**29. Wie ist Ihr derzeitiger Familienstand?**

- Single
- in Partnerschaft
- verheiratet/verpartnert
- verwitwet

**30. Als was sind Sie tätig?**

- in Ausbildung
- Student/in
- Arbeiter/in
- Angestellte/r
- Selbständige/r
- Sonstiges \_\_\_\_\_

**31. Wie viele Einwohner hat der Ort in dem Sie wohnen?**

- 0-5000
- 5001-20.000
- 20.000- 100.000
- 100.001-1 Mio
- über 1 Mio

**32. Bitte kreuzen Sie zutreffendes an.**

- ich fühle mich als Stadtmensch       ich fühle mich als Landmensch       beides       weder noch

Vielen Dank für Ihre Zeit!

## 5.2 SPSS-Output

### Typ 1

#### Test der Homogenität der Varianzen

ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
6,582	3	202	,000

#### Robuste Testverfahren zur Prüfung auf Gleichheit der Mittelwerte

ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden

	Statistik <sup>a</sup>	df1	df2	Sig.
Welch-Test	5,887	3	75,182	,001

a. Asymptotisch F-verteilt

#### Mehrfachvergleiche

ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden  
Tamhane

(I) typnachgeschlecht	(J) typnachgeschlecht	Mittlere Diff. (I-J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
					Untergrenze	Obergrenze
Typ1	Typ2	,387	,497	,970	-1,00	1,78
	Typ3	,871 <sup>*</sup>	,298	,024	,08	1,66
	Typ4	1,295 <sup>*</sup>	,321	,001	,43	2,16
Typ2	Typ1	-,387	,497	,970	-1,78	1,00
	Typ3	,484	,493	,913	-,90	1,87
	Typ4	,908	,507	,402	-,51	2,32
Typ3	Typ1	-,871 <sup>*</sup>	,298	,024	-1,66	-,08
	Typ2	-,484	,493	,913	-1,87	,90
	Typ4	,425	,314	,697	-,42	1,27
Typ4	Typ1	-1,295 <sup>*</sup>	,321	,001	-2,16	-,43
	Typ2	-,908	,507	,402	-2,32	,51
	Typ3	-,425	,314	,697	-1,27	,42

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

#### Test der Homogenität der Varianzen

Ich bekomme oft Komplimente für mein Aussehen.

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
5,564	3	197	,001

#### Robuste Testverfahren zur Prüfung auf Gleichheit der Mittelwerte

Ich bekomme oft Komplimente für mein Aussehen.

	Statistik <sup>a</sup>	df1	df2	Sig.
Welch-Test	6,071	3	70,298	,001

a. Asymptotisch F-verteilt

### Mehrfachvergleiche

Ich bekommen oft Komplimente für mein Aussehen.

Tamhane

(I)	(J)	Mittlere Diff. (I-J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
typnachgeschlecht	typnachgeschlecht				Untergrenze	Obergrenze
Typ1	Typ2	,130	,184	,981	-,39	,65
	Typ3	,362 <sup>*</sup>	,120	,019	,04	,68
	Typ4	,595 <sup>*</sup>	,159	,003	,16	1,03
Typ2	Typ1	-,130	,184	,981	-,65	,39
	Typ3	,232	,196	,814	-,31	,78
	Typ4	,464	,222	,224	-,14	1,07
Typ3	Typ1	-,362 <sup>*</sup>	,120	,019	-,68	-,04
	Typ2	-,232	,196	,814	-,78	,31
	Typ4	,233	,172	,700	-,23	,70
Typ4	Typ1	-,595 <sup>*</sup>	,159	,003	-1,03	-,16
	Typ2	-,464	,222	,224	-1,07	,14
	Typ3	-,233	,172	,700	-,70	,23

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

### Test der Homogenität der Varianzen

ich möchte meine Figur verändern/ich möchte, dass meine

Figur so bleibt

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
5,573	3	202	,001

### Robuste Testverfahren zur Prüfung auf Gleichheit der Mittelwerte

ich möchte meine Figur verändern/ich möchte, dass meine Figur so

bleibt

	Statistik <sup>a</sup>	df1	df2	Sig.
Welch-Test	4,606	3	71,921	,005

a. Asymptotisch F-verteilt

### Mehrfachvergleiche

ich möchte meine Figur verändern/ich möchte, dass meine Figur so bleibt

Tamhane

(I)	(J)	Mittlere Diff. (I-J)	Standard- fehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
typnachgeschl echt	typnachges chlecht				Untergrenze	Obergrenze
Typ1	Typ2	-,756	,497	,595	-2,16	,65
	Typ3	-,486	,265	,352	-1,20	,22
	Typ4	-1,033*	,285	,003	-1,80	-,26
Typ2	Typ1	,756	,497	,595	-,65	2,16
	Typ3	,270	,514	,996	-1,17	1,71
	Typ4	-,277	,525	,996	-1,75	1,19
Typ3	Typ1	,486	,265	,352	-,22	1,20
	Typ2	-,270	,514	,996	-1,71	1,17
	Typ4	-,547	,314	,414	-1,39	,30
Typ4	Typ1	1,033*	,285	,003	,26	1,80
	Typ2	,277	,525	,996	-1,19	1,75
	Typ3	,547	,314	,414	-,30	1,39

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

### Test der Homogenität der Varianzen

ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
2,920	3	202	,035

### Robuste Testverfahren zur Prüfung auf Gleichheit der Mittelwerte

ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn

	Statistik <sup>a</sup>	df1	df2	Sig.
Welch-Test	7,204	3	73,124	,000

a. Asymptotisch F-verteilt

### Mehrfachvergleiche

ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn

Tamhane

(I)	(J)	Mittlere Diff. (I-J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
typnachgeschlecht	typnachgeschlecht				Untergrenze	Obergrenze
Typ1	Typ2	-,075	,352	1,000	-1,07	,92
	Typ3	-,398	,188	,197	-,90	,10
	Typ4	-,989*	,215	,000	-1,57	-,41
Typ2	Typ1	,075	,352	1,000	-,92	1,07
	Typ3	-,324	,353	,935	-1,32	,67
	Typ4	-,914	,368	,103	-1,94	,11
Typ3	Typ1	,398	,188	,197	-,10	,90
	Typ2	,324	,353	,935	-,67	1,32
	Typ4	-,591*	,216	,045	-1,17	-,01
Typ4	Typ1	,989*	,215	,000	,41	1,57
	Typ2	,914	,368	,103	-,11	1,94
	Typ3	,591*	,216	,045	,01	1,17

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

### Test der Homogenität der Varianzen

das vorgegebene Schönheitsideal beeinflusst mein

Selbstbewusstsein negativ

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
1,263	3	196	,288

### ONEWAY ANOVA

das vorgegebene Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	24,270	3	8,090	10,248	,000
Innerhalb der Gruppen	154,725	196	,789		
Gesamt	178,995	199			

### Mehrfachvergleiche

das vorgegebene Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ

Scheffé-Prozedur

(I) typnachgeschle cht	(J) typnachgeschle cht	Mittlere Diff. (I- J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
					Untergrenze	Obergrenze
Typ1	Typ2	-,019	,210	1,000	-,61	,57
	Typ3	,634*	,152	,001	,21	1,06
	Typ4	,774*	,178	,000	,27	1,27
Typ2	Typ1	,019	,210	1,000	-,57	,61
	Typ3	,653*	,218	,033	,04	1,27
	Typ4	,792*	,237	,012	,12	1,46
Typ3	Typ1	-,634*	,152	,001	-1,06	-,21
	Typ2	-,653*	,218	,033	-1,27	-,04
	Typ4	,139	,188	,908	-,39	,67
Typ4	Typ1	-,774*	,178	,000	-1,27	-,27
	Typ2	-,792*	,237	,012	-1,46	-,12
	Typ3	-,139	,188	,908	-,67	,39

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

### Test der Homogenität der Varianzen

ich fühle mich durch das vorgegebene Schönheitsideal unter

Druck gesetzt

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
1,727	3	200	,163

### ONEWAY ANOVA

ich fühle mich durch das vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	31,206	3	10,402	15,051	,000
Innerhalb der Gruppen	138,220	200	,691		
Gesamt	169,426	203			

### Mehrfachvergleiche

ich fühle mich durch das vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt

Scheffé-Prozedur

(I)	(J)	Mittlere Diff. (I-J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
typnachgeschlecht	typnachgeschlecht				Untergrenze	Obergrenze
Typ1	Typ2	,293	,196	,525	-,26	,85
	Typ3	,718*	,140	,000	,32	1,11
	Typ4	,960*	,164	,000	,50	1,42
Typ2	Typ1	-,293	,196	,525	-,85	,26
	Typ3	,425	,203	,228	-,15	1,00
	Typ4	,666*	,221	,030	,04	1,29
Typ3	Typ1	-,718*	,140	,000	-1,11	-,32
	Typ2	-,425	,203	,228	-1,00	,15
	Typ4	,241	,173	,585	-,25	,73
Typ4	Typ1	-,960*	,164	,000	-1,42	-,50
	Typ2	-,666*	,221	,030	-1,29	-,04
	Typ3	-,241	,173	,585	-,73	,25

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

### Test der Homogenität der Varianzen

Aussehen spielte in der Schule eine große Rolle

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
,785	3	199	,504

### ONEWAY ANOVA

Aussehen spielte in der Schule eine große Rolle

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	9,373	3	3,124	4,873	,003
Innerhalb der Gruppen	127,592	199	,641		
Gesamt	136,966	202			

### Mehrfachvergleiche

Aussehen spielte in der Schule eine große Rolle

Scheffé-Prozedur

(I) typnachgeschl echt	(J) typnachgeschle cht	Mittlere Diff. (I- J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
					Untergrenze	Obergrenze
Typ1	Typ2	,111	,189	,951	-,42	,64
	Typ3	,257	,136	,311	-,13	,64
	Typ4	,592*	,158	,004	,15	1,04
Typ2	Typ1	-,111	,189	,951	-,64	,42
	Typ3	,146	,196	,906	-,41	,70
	Typ4	,481	,213	,168	-,12	1,08
Typ3	Typ1	-,257	,136	,311	-,64	,13
	Typ2	-,146	,196	,906	-,70	,41
	Typ4	,334	,167	,266	-,14	,81
Typ4	Typ1	-,592*	,158	,004	-1,04	-,15
	Typ2	-,481	,213	,168	-1,08	,12
	Typ3	-,334	,167	,266	-,81	,14

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

### Test der Homogenität der Varianzen

Aussehen spielte in meiner Familie eine große Rolle

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
,785	3	199	,503

### ONEWAY ANOVA

Aussehen spielte in meiner Familie eine große Rolle

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	12,064	3	4,021	6,098	,001
Innerhalb der Gruppen	131,227	199	,659		
Gesamt	143,291	202			

### Mehrfachvergleiche

Aussehen spielte in meiner Familie eine große Rolle

Scheffé-Prozedur

(I)	(J)	Mittlere Diff.(I-J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
typnachgeschlecht	typnachgeschlecht				Untergrenze	Obergrenze
leht	cht					
Typ1	Typ2	,157	,194	,885	-,39	,71
	Typ3	,519*	,137	,003	,13	,91
	Typ4	,500*	,160	,023	,05	,95
Typ2	Typ1	-,157	,194	,885	-,71	,39
	Typ3	,362	,202	,364	-,21	,93
	Typ4	,343	,219	,485	-,27	,96
Typ3	Typ1	-,519*	,137	,003	-,91	-,13
	Typ2	-,362	,202	,364	-,93	,21
	Typ4	-,019	,170	1,000	-,50	,46
Typ4	Typ1	-,500*	,160	,023	-,95	-,05
	Typ2	-,343	,219	,485	-,96	,27
	Typ3	,019	,170	1,000	-,46	,50

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

### Test der Homogenität der Varianzen

...mir nahestehende Personen über mein Äußeres denken

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
1,191	3	198	,314

### ONEWAY ANOVA

...mir nahestehende Personen über mein Äußeres denken

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	10,925	3	3,642	4,267	,006
Innerhalb der Gruppen	168,981	198	,853		
Gesamt	179,906	201			

### Mehrfachvergleiche

...mir nahestehende Personen über mein Äußeres denken

Scheffé-Prozedur

(I)	(J)				95%-Konfidenzintervall	
typnachgeschlec ht	typnachgeschle cht	Mittlere Diff. (I-J)	Standardfehler	Signifikanz	Untergrenze	Obergrenze
Typ1	Typ2	-,477	,218	,191	-1,09	,14
	Typ3	-,356	,158	,168	-,80	,09
	Typ4	-,574*	,181	,020	-1,09	-,06
Typ2	Typ1	,477	,218	,191	-,14	1,09
	Typ3	,121	,227	,963	-,52	,76
	Typ4	-,097	,244	,984	-,79	,59
Typ3	Typ1	,356	,158	,168	-,09	,80
	Typ2	-,121	,227	,963	-,76	,52
	Typ4	-,218	,192	,732	-,76	,32
Typ4	Typ1	,574*	,181	,020	,06	1,09
	Typ2	,097	,244	,984	-,59	,79
	Typ3	,218	,192	,732	-,32	,76

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

### Test der Homogenität der Varianzen

ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
,476	3	200	,699

### ONEWAY ANOVA

ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	18,712	3	6,237	7,847	,000
Innerhalb der Gruppen	158,975	200	,795		
Gesamt	177,686	203			

### Mehrfachvergleiche

ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern

Scheffé-Prozedur

(I)	(J)				95%-Konfidenzintervall	
typnachgesc	typnachgesc				Untergrenze	Obergrenze
hlecht	hlecht	Mittlere Diff. (I-J)	Standardfehler	Signifikanz		
Typ1	Typ2	,437	,210	,231	-,15	1,03
	Typ3	-,083	,150	,959	-,51	,34
	Typ4	,718*	,178	,001	,22	1,22
Typ2	Typ1	-,437	,210	,231	-1,03	,15
	Typ3	-,520	,218	,132	-1,13	,10
	Typ4	,281	,238	,706	-,39	,95
Typ3	Typ1	,083	,150	,959	-,34	,51
	Typ2	,520	,218	,132	-,10	1,13
	Typ4	,801*	,187	,001	,27	1,33
Typ4	Typ1	-,718*	,178	,001	-1,22	-,22
	Typ2	-,281	,238	,706	-,95	,39
	Typ3	-,801*	,187	,001	-1,33	-,27

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

### Test der Homogenität der Varianzen

ich mache Sport um mich in Form zu halten

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
,213	3	198	,887

### ONEWAY ANOVA

ich mache Sport um mich in Form zu halten

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	15,917	3	5,306	5,378	,001
Innerhalb der Gruppen	195,350	198	,987		
Gesamt	211,267	201			

### Mehrfachvergleiche

ich mache Sport um mich in Form zu halten

Scheffé-Prozedur

(I)	(J)	Mittlere Diff. (I-J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
typnachgeschl echt	typnachgeschl lecht				Untergrenze	Obergrenze
Typ1	Typ2	,092	,238	,985	-,58	,76
	Typ3	-,281	,168	,429	-,76	,19
	Typ4	,549	,196	,053	,00	1,10
Typ2	Typ1	-,092	,238	,985	-,76	,58
	Typ3	-,373	,248	,520	-1,07	,33
	Typ4	,457	,267	,406	-,30	1,21
Typ3	Typ1	,281	,168	,429	-,19	,76
	Typ2	,373	,248	,520	-,33	1,07
	Typ4	,830	,208	,002	,24	1,42
Typ4	Typ1	-,549	,196	,053	-1,10	,00
	Typ2	-,457	,267	,406	-1,21	,30
	Typ3	-,830	,208	,002	-1,42	-,24

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

### Test der Homogenität der Varianzen

ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
,853	3	201	,466

### ONEWAY ANOVA

ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	20,658	3	6,886	7,763	,000
Innerhalb der Gruppen	178,298	201	,887		
Gesamt	198,956	204			

### Mehrfachvergleiche

ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen

Scheffé-Prozedur

(I)	(J)	Mittlere Diff.(I-J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
typnachgeschlecht	typnachgeschlecht				Untergrenze	Obergrenze
Typ1	Typ2	,184	,222	,876	-,44	,81
	Typ3	,423	,158	,072	-,02	,87
	Typ4	,866*	,186	,000	,34	1,39
Typ2	Typ1	-,184	,222	,876	-,81	,44
	Typ3	,239	,230	,784	-,41	,89
	Typ4	,683	,250	,062	-,02	1,39
Typ3	Typ1	-,423	,158	,072	-,87	,02
	Typ2	-,239	,230	,784	-,89	,41
	Typ4	,444	,196	,167	-,11	1,00
Typ4	Typ1	-,866*	,186	,000	-1,39	-,34
	Typ2	-,683	,250	,062	-1,39	,02
	Typ3	-,444	,196	,167	-1,00	,11

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

### Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich habe schon einmal eine Diät gemacht * Typ14	121	58,7%	85	41,3%	206	100,0%
ich habe schon einmal eine Diät gemacht * Typ13	145	70,4%	61	29,6%	206	100,0%
ich habe mehrmals Diät gehalten * Typ14	121	58,7%	85	41,3%	206	100,0%
ich habe mehrmals Diät gehalten * Typ13	143	69,4%	63	30,6%	206	100,0%

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

	Typ14		Gesamt
	Typ1	Typ4	
ich habe schon einmal eine Diät gemacht	35,7%	83,8%	50,4%
nein			
ja	64,3%	16,2%	49,6%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	23,742 <sup>a</sup>	1	,000		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	21,858	1	,000		
Likelihood-Quotient	25,439	1	,000		
Exakter Test nach Fisher				,000	,000
Zusammenhang linear-linear	23,546	1	,000		
Anzahl der gültigen Fälle	121				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 18,35.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

**Symmetrische Maße**

	Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß Phi	-,443	,000
Cramer-V	,443	,000
Anzahl der gültigen Fälle	121	

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ13

	Typ13		Gesamt
	Typ1	Typ3	
ich habe schon einmal eine Diät gemacht	35,7%	62,3%	46,9%
nein			
ja	64,3%	37,7%	53,1%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

### Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	10,026 <sup>a</sup>	1	,002		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	8,987	1	,003		
Likelihood-Quotient	10,121	1	,001		
Exakter Test nach Fisher				,002	,001
Zusammenhang linear-mit-linear	9,957	1	,002		
Anzahl der gültigen Fälle	145				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 28,61.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

### Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	-,263	,002
	Cramer-V	,263	,002
Anzahl der gültigen Fälle		145	

### Kreuztabelle

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
ich habe mehrmals Diät gehalten	nein	56,0%	86,5%	65,3%
	ja	44,0%	13,5%	34,7%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

### Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	10,567 <sup>a</sup>	1	,001		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	9,263	1	,002		
Likelihood-Quotient	11,682	1	,001		
Exakter Test nach Fisher				,001	,001
Zusammenhang linear-mit-linear	10,480	1	,001		
Anzahl der gültigen Fälle	121				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 12,84.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

#### Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	-,296	,001
	Cramer-V	,296	,001
Anzahl der gültigen Fälle		121	

#### Kreuztabelle

% innerhalb von Typ13

		Typ13		Gesamt
		Typ1	Typ3	
ich habe mehrmals Diät gehalten	nein	56,0%	84,7%	67,8%
	ja	44,0%	15,3%	32,2%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

#### Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	13,168 <sup>a</sup>	1	,000		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	11,882	1	,001		
Likelihood-Quotient	13,992	1	,000		
Exakter Test nach Fisher				,000	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	13,076	1	,000		
Anzahl der gültigen Fälle	143				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 18,98.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

#### Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	-,303	,000
	Cramer-V	,303	,000
Anzahl der gültigen Fälle		143	

### Test der Homogenität der Varianzen

...Pflege-, Kosmetik-, und/oder Stylingprodukte aus?

Levene-Statistik	df1	df2	Signifikanz
,622	3	200	,602

### ONEWAY ANOVA

...Pflege-, Kosmetik-, und/oder Stylingprodukte aus?

	Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	8,537	3	2,846	3,457	,017
Innerhalb der Gruppen	164,640	200	,823		
Gesamt	173,176	203			

### Mehrfachvergleiche

...Pflege-, Kosmetik-, und/oder Stylingprodukte aus?

Scheffé-Prozedur

(I)	(J)	Mittlere Diff. (I-J)	Standardfehler	Signifikanz	95%-Konfidenzintervall	
typnachgeschlecht	typnachgeschlecht				Untergrenze	Obergrenze
Typ1	Typ2	,072	,214	,990	-,53	,68
	Typ3	,272	,154	,374	-,16	,71
	Typ4	,546*	,178	,026	,04	1,05
Typ2	Typ1	-,072	,214	,990	-,68	,53
	Typ3	,200	,223	,847	-,43	,83
	Typ4	,474	,240	,275	-,20	1,15
Typ3	Typ1	-,272	,154	,374	-,71	,16
	Typ2	-,200	,223	,847	-,83	,43
	Typ4	,274	,188	,550	-,26	,80
Typ4	Typ1	-,546*	,178	,026	-1,05	-,04
	Typ2	-,474	,240	,275	-1,15	,20
	Typ3	-,274	,188	,550	-,80	,26

\*. Die Differenz der Mittelwerte ist auf dem Niveau 0.05 signifikant.

## TYP 2

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ12

	Typ12		Gesamt
	Typ1	Typ2	
verbleibt <u>verändern</u>	81,0%	60,9%	76,6%
<u>weder noch</u>	9,5%	4,3%	8,4%
bleibt	9,5%	34,8%	15,0%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	9,229 <sup>a</sup>	2	<b>,010</b>
Likelihood-Quotient	7,960	2	,019
Zusammenhang linear-mit-linear	6,868	1	,009
Anzahl der gültigen Fälle	107		

a. 2 Zellen (33,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,93.

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ12

	Typ12		Gesamt
	Typ1	Typ2	
aktivfigurändern <u>dichotom</u> nein	48,8%	69,6%	53,3%
ja	51,2%	30,4%	46,7%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,125 <sup>a</sup>	1	<b>,077</b>		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	2,347	1	,126		
Likelihood-Quotient	3,207	1	,073		
Exakter Test nach Fisher				,100	,062
Zusammenhang linear-mit-linear	3,096	1	,079		
Anzahl der gültigen Fälle	107				

- a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 10,75.  
 b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ23

		Typ23		Gesamt
		Typ2	Typ3	
aktivfigurändern_dichotom	nein	69,6%	47,5%	53,6%
	ja	30,4%	52,5%	46,4%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,257 <sup>a</sup>	1	<b>,071</b>		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	2,432	1	,119		
Likelihood-Quotient	3,336	1	,068		
Exakter Test nach Fisher				,089	,058
Zusammenhang linear-mit-linear	3,219	1	,073		
Anzahl der gültigen Fälle	84				

- a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 10,68.  
 b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

'ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen' Typ 2 – Typ 4: siehe ANOVA

### **TYP 3**

'Zufriedenheit Figur' Typ 3 – Typ 1: siehe ANOVA

'ich fühle mich zu dick/ ich fühle mich zu dünn' Typ 3 - Typ 4: siehe ANOVA

'ich arbeite aktiv daran, meine Figur zu verändern' Typ 3 – Typ 4 siehe ANOVA

'ich mache Sport um mich in Form zu halten' Typ 3 – Typ 4 siehe ANOVA.

**ich habe schon einmal eine Diät gemacht \* Typ34 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ34

	Typ34		Gesamt
	Typ3	Typ4	
ich habe schon einmal eine Diät gemacht	62,3%	83,8%	70,4%
nein			
ja	37,7%	16,2%	29,6%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5,104 <sup>a</sup>	1	,024		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	4,125	1	,042		
Likelihood-Quotient	5,407	1	,020		
Exakter Test nach Fisher				,039	,019
Zusammenhang linear-mit-linear	5,052	1	,025		
Anzahl der gültigen Fälle	98				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 10,95.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

**TYP 4**

'Zufriedenheit Figur' Typ 4 – Typ 1 siehe ANOVA

'ich fühle mich zu dick/ zu dünn' Typ 4 - Typ 1; Typ 4 – Typ 3 siehe ANOVA

'ich fühle mich vom vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt' Typ 4 – Typ 1 siehe ANOVA

'das vorgegebene Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ' Typ 4 – Typ 1 siehe ANOVA

'Aussehen spielte in meiner Familie eine große Rolle' Typ4 – Typ 1; Typ 3 - Typ 1 siehe ANOVA

'Aussehen spielte in der Schule eine große Rolle' Typ 4 – Typ 1 siehe ANOVA

'es ist mir egal was nahestehende Personen über mein Aussehen denken' Typ 4 -Typ 1 siehe ANOVA

'ich arbeite aktiv daran, meine Figur zu verändern' Typ 4 – Typ 3; Typ 4 – Typ 1 siehe ANOVA

'ich mache Sport um mich in Form zu halten' Typ 4 – Typ 3 siehe ANOVA  
 'ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen' Typ 4 -Typ 1 siehe ANOVA

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

	Typ14		Gesamt
	Typ1	Typ4	
ich habe schon einmal eine Diät gemacht	35,7%	83,8%	50,4%
nein			
ja	64,3%	16,2%	49,6%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	23,742 <sup>a</sup>	1	,000		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	21,858	1	,000		
Likelihood-Quotient	25,439	1	,000		
Exakter Test nach Fisher				,000	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	23,546	1	,000		
Anzahl der gültigen Fälle	121				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 18,35.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ24

	Typ24		Gesamt
	Typ2	Typ4	
ich habe schon einmal eine Diät gemacht	52,2%	83,8%	71,7%
nein			
ja	47,8%	16,2%	28,3%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	6,979 <sup>a</sup>	1	.008		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	5,509	1	,019		
Likelihood-Quotient	6,888	1	,009		
Exakter Test nach Fisher				,017	,010
Zusammenhang linear-linear	6,863	1	,009		
Anzahl der gültigen Fälle	60				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 6,52.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

'ich habe schon einmal eine Diät gemacht' Typ 4 – Typ 3 siehe Anhang Typ 3

**ETA/ CRAMERS V TYP 1**

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden * Typ13	145	70,4%	61	29,6%	206	100,0%

**ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden \* Typ13 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ13

		Typ13		Gesamt
		Typ1	Typ3	
ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden	ich bin mit meiner Figur zufrieden	11,9%	13,1%	12,4%
	2	23,8%	41,0%	31,0%
	3	13,1%	19,7%	15,9%
	4	8,3%	3,3%	6,2%
	5	17,9%	9,8%	14,5%
	6	14,3%	13,1%	13,8%

	ich bin mit meiner Figur unzufrieden	10,7%		6,2%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden abhängig	,231
			Typ13 abhängig
			,310

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden * Typ13	145	70,4%	61	29,6%	206	100,0%

**ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden \* Typ14 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden	ich bin mit meiner Figur zufrieden	11,9%	26,3%	16,4%
	2	23,8%	36,8%	27,9%
	3	13,1%	15,8%	13,9%
	4	8,3%	2,6%	6,6%
	5	17,9%	15,8%	17,2%
	6	14,3%	2,6%	10,7%
	ich bin mit meiner Figur unzufrieden	10,7%		7,4%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden abhängig Typ14 abhängig	,314
			,336

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ13

		Typ13		Gesamt
		Typ1	Typ3	
Ich bekommen oft Komplimente für mein Aussehen.	trifft gar nicht zu	1,2%	3,4%	2,1%
	trifft eher nicht zu	16,9%	41,4%	27,0%
	trifft eher zu	62,7%	43,1%	54,6%
	trifft zu	19,3%	12,1%	16,3%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,00%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	Ich bekommen oft Komplimente für mein Aussehen. abhängig Typ13 abhängig	,253
			,290

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden * Typ13	145	70,4%	61	29,6%	206	100,0%

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
Ich bekommen oft Komplimente für mein Aussehen.	trifft gar nicht zu	1,2%	10,8%	4,2%
	trifft eher nicht zu	16,9%	51,4%	27,5%

	trifft eher zu	62,7%	24,3%	50,8%
	trifft zu	19,3%	13,5%	17,5%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

#### Richtungsmaße

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	Ich bekommen oft Komplimente für mein Aussehen. abhängig	,360
			Typ14 abhängig
			,453

#### Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden * Typ13	145	70,4%	61	29,6%	206	100,0%

#### ich möchte meine Figur verändern/ich möchte, dass meine Figur so bleibt \* Typ14 Kreuztabelle

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
ich möchte meine Figur verändern/ich möchte, dass meine Figur so bleibt	ich möchte meine Figur verändern	19,0%		13,1%
	2	22,6%	10,5%	18,9%
	3	39,3%	44,7%	41,0%
	4	9,5%	21,1%	13,1%
	5	2,4%	5,3%	3,3%
	6	1,2%	10,5%	4,1%
	ich möchte, dass meine Figur so bleibt	6,0%	7,9%	6,6%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

#### Richtungsmaße

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich möchte meine Figur verändern/ich möchte, dass meine Figur so bleibt abhängig	,310
			Typ14 abhängig
			,389

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn * Typ14	122	59,2%	84	40,8%	206	100,0%

**ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn \* Typ14 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn	ich fühle mich zu dick	11,9%		8,2%
	2	15,5%	2,6%	11,5%
	3	29,8%	21,1%	27,0%
	4	35,7%	52,6%	41,0%
	5	4,8%	10,5%	6,6%
	6	1,2%	10,5%	4,1%
	ich fühle mich zu dünn	1,2%	2,6%	1,6%
<b>Gesamt</b>		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn abhängig	<b>,369</b>
		Typ14 abhängig	,385

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
das vorgegeben Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ * Typ13	141	68,4%	65	31,6%	206	100,0%
das vorgegeben Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ * Typ14	118	57,3%	88	42,7%	206	100,0%

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ13

		Typ13		Gesamt
		Typ1	Typ3	
das vorgegeben	trifft gar nicht zu	22,0%	49,2%	33,3%
Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ				
	trifft eher nicht zu	35,4%	35,6%	35,5%
	trifft eher zu	30,5%	11,9%	22,7%
	trifft zu	12,2%	3,4%	8,5%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	das vorgegeben Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ abhängig	,330
		Typ13 abhängig	,337

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
das vorgegeben	trifft gar nicht zu	22,0%	61,1%	33,9%
Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ				
	trifft eher nicht zu	35,4%	25,0%	32,2%
	trifft eher zu	30,5%	11,1%	24,6%
	trifft zu	12,2%	2,8%	9,3%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	das vorgegeben Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ abhängig	,366
		Typ14 abhängig	,394

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich fühle mich durch das vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt * Typ13	144	69,9%	62	30,1%	206	100,0%
ich fühle mich durch das vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt * Typ14	120	58,3%	86	41,7%	206	100,0%

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ13

		Typ13		Gesamt
		Typ1	Typ3	
ich fühle mich durch das vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt	trifft gar nicht zu	9,6%	36,1%	20,8%
	trifft eher nicht zu	42,2%	47,5%	44,4%
	trifft eher zu	31,3%	13,1%	23,6%
	trifft zu	16,9%	3,3%	11,1%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich fühle mich durch das vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt abhängig Typ13 abhängig	,390
			,398

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
ich fühle mich durch das vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt	trifft gar nicht zu	9,6%	54,1%	23,3%
	trifft eher nicht zu	42,2%	37,8%	40,8%
	trifft eher zu	31,3%	2,7%	22,5%

	trifft zu	16,9%	5,4%	13,3%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

#### Richtungsmaße

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich fühle mich durch das vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt abhängig	,461
			Typ14 abhängig
			,529

#### Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Aussehen spielte in der Schule eine große Rolle * Typ14	120	58,3%	86	41,7%	206	100,0%

#### Aussehen spielte in der Schule eine große Rolle \* Typ14 Kreuztabelle

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
Aussehen spielte in der Schule eine große Rolle	trifft gar nicht zu	1,2%	10,8%	4,2%
	trifft eher nicht zu	24,1%	43,2%	30,0%
	trifft eher zu	45,8%	37,8%	43,3%
	trifft zu	28,9%	8,1%	22,5%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

#### Richtungsmaße

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	Aussehen spielte in der Schule eine große Rolle abhängig	,335
			Typ14 abhängig
			,343

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Aussehen spielte in meiner Familie eine große Rolle * Typ13	144	69,9%	62	30,1%	206	100,0%
Aussehen spielte in meiner Familie eine große Rolle * Typ14	121	58,7%	85	41,3%	206	100,0%

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ13

		Typ13		Gesamt
		Typ1	Typ3	
Aussehen spielte in meiner Familie eine große Rolle	trifft gar nicht zu	21,4%	43,3%	30,6%
	trifft eher nicht zu	46,4%	45,0%	45,8%
	trifft eher zu	22,6%	11,7%	18,1%
	trifft zu	9,5%		5,6%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	Aussehen spielte in meiner Familie eine große Rolle abhängig	,304
		Typ13 abhängig	,307

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
Aussehen spielte in meiner Familie eine große Rolle	trifft gar nicht zu	21,4%	48,6%	29,8%
	trifft eher nicht zu	46,4%	37,8%	43,8%
	trifft eher zu	22,6%	8,1%	18,2%
	trifft zu	9,5%	5,4%	8,3%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	Aussehen spielte in meiner Familie eine große Rolle abhängig	,256
Typ14 abhängig			,292

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
...mir nahestehende Personen über mein Äußeres denken * Typ14	120	58,3%	86	41,7%	206	100,0%

**...mir nahestehende Personen über mein Äußeres denken \* Typ14 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
...mir nahestehende Personen über mein Äußeres denken	stimme gar nicht zu	59,8%	31,6%	50,8%
	stimme eher nicht zu	23,2%	34,2%	26,7%
	stimme eher zu	13,4%	18,4%	15,0%
	stimme voll zu	3,7%	15,8%	7,5%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	...mir nahestehende Personen über mein Äußeres denken abhängig	,279
Typ14 abhängig			,300

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent

ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern * Typ14	120	58,3%	86	41,7%	206	100,0%
--	-----	-------	----	-------	-----	--------

**ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern \* Typ14 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern	trifft gar nicht zu	14,3%	47,2%	24,2%
	trifft eher nicht zu	34,5%	27,8%	32,5%
	trifft eher zu	35,7%	22,2%	31,7%
	trifft zu	15,5%	2,8%	11,7%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern abhängig Typ14 abhängig	,341
			,372

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich mache Sport um mich in Form zu halten * Typ14	120	58,3%	86	41,7%	206	100,0%

**ich mache Sport um mich in Form zu halten \* Typ14 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
ich mache Sport um mich in Form zu halten	trifft gar nicht zu	10,8%	24,3%	15,0%
	trifft eher nicht zu	26,5%	43,2%	31,7%
	trifft eher zu	32,5%	13,5%	26,7%
	trifft zu	30,1%	18,9%	26,7%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich mache Sport um mich in Form zu halten abhängig	,246
			Typ14 abhängig
			,289

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen * Typ14	121	58,7%	85	41,3%	206	100,0%

**ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen \* Typ14 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

		Typ14		Gesamt
		Typ1	Typ4	
ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen	trifft gar nicht zu	17,9%	59,5%	30,6%
	trifft eher nicht zu	32,1%	24,3%	29,8%
	trifft eher zu	33,3%	10,8%	26,4%
	trifft zu	16,7%	5,4%	13,2%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen abhängig	,390
			Typ14 abhängig
			,431

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
...Pflege-, Kosmetik-, und/oder Stylingprodukte aus? * Typ14	121	58,7%	85	41,3%	206	100,0%

**...Pflege-, Kosmetik-, und/oder Stylingprodukte aus? \* Typ14 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ14

	Typ14		Gesamt
	Typ1	Typ4	
...Pflege-, Kosmetik-, und/oder Stylingprodukte aus? ? 020	28,9%	63,2%	39,7%
? 21 50	43,4%	23,7%	37,2%
?51100	22,9%	10,5%	19,0%
?101200	2,4%	2,6%	2,5%
? 201300	1,2%		,8%
? 301400	1,2%		,8%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	...Pflege-, Kosmetik-, und/oder Stylingprodukte aus? abhängig	,270
		Typ14 abhängig	,333

## ETA/ CRAMERS V TYP 2

### Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich möchte meine Figur verändern/ich möchte, dass meine Figur so bleibt * Typ12	107	51,9%	99	48,1%	206	100,0%

### ich möchte meine Figur verändern/ich möchte, dass meine Figur so bleibt \* Typ12 Kreuztabelle

% innerhalb von Typ12

		Typ12		Gesamt
		Typ1	Typ2	
ich möchte meine Figur verändern/ich möchte, dass meine Figur so bleibt	ich möchte meine Figur verändern	19,0%	17,4%	18,7%
	2	22,6%	30,4%	24,3%
	3	39,3%	13,0%	33,6%
	4	9,5%	4,3%	8,4%
	5	2,4%	4,3%	2,8%
	6	1,2%	13,0%	3,7%
	ich möchte, dass meine Figur so bleibt	6,0%	17,4%	8,4%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

### Richtungsmaße

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich möchte meine Figur verändern/ich möchte, dass meine Figur so bleibt abhängig	,183
		Typ12 abhängig	,369

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
das vorgegeben Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ * Typ24	59	28,6%	147	71,4%	206	100,0%
das vorgegeben Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ * Typ23	82	39,8%	124	60,2%	206	100,0%

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ24

		Typ24		Gesamt
		Typ2	Typ4	
das vorgegeben	trifft gar nicht zu	17,4%	61,1%	44,1%
	trifft eher nicht zu	43,5%	25,0%	32,2%
	trifft eher zu	26,1%	11,1%	16,9%
	trifft zu	13,0%	2,8%	6,8%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	das vorgegeben Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ abhängig	,416
		Typ24 abhängig	,444

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ23

		Typ23		Gesamt
		Typ2	Typ3	
das vorgegeben	trifft gar nicht zu	17,4%	49,2%	40,2%
Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ				

	trifft eher nicht zu	43,5%	35,6%	37,8%
	trifft eher zu	26,1%	11,9%	15,9%
	trifft zu	13,0%	3,4%	6,1%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

#### Richtungsmaße

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	das vorgegeben Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ abhängig	,330
		Typ23 abhängig	,332

#### Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern * Typ23	84	40,8%	122	59,2%	206	100,0%

#### ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern \* Typ23 Kreuztabelle

% innerhalb von Typ23

		Typ23		Gesamt
		Typ2	Typ3	
ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern	trifft gar nicht zu	30,4%	6,6%	13,1%
	trifft eher nicht zu	39,1%	41,0%	40,5%
	trifft eher zu	21,7%	37,7%	33,3%
	trifft zu	8,7%	14,8%	13,1%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

#### Richtungsmaße

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern abhängig	,264
		Typ23 abhängig	,328

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen * Typ24	60	29,1%	146	70,9%	206	100,0%

**ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen \* Typ24 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ24

		Typ24		Gesamt
		Typ2	Typ4	
ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen	trifft gar nicht zu	21,7%	59,5%	45,0%
	trifft eher nicht zu	34,8%	24,3%	28,3%
	trifft eher zu	34,8%	10,8%	20,0%
	trifft zu	8,7%	5,4%	6,7%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich passe beim Essen auf um nicht zuzunehmen abhängig Typ24 abhängig	,349
			,394

**ETA/ CRAMERS V TYP 3**

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden * Typ13	145	70,4%	61	29,6%	206	100,0%

**ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden \* Typ13 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ13

		Typ13		Gesamt
		Typ1	Typ3	

ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden	ich bin mit meiner Figur zufrieden	11,9%	13,1%	12,4%
2		23,8%	41,0%	31,0%
3		13,1%	19,7%	15,9%
4		8,3%	3,3%	6,2%
5		17,9%	9,8%	14,5%
6		14,3%	13,1%	13,8%
	ich bin mit meiner Figur unzufrieden	10,7%		6,2%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

#### Richtungsmaße

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich bin mit meiner Figur zufrieden/ich bin mit meiner Figur unzufrieden abhängig	,231
		Typ13 abhängig	,310

#### Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn * Typ34	99	48,1%	107	51,9%	206	100,0%

#### ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn \* Typ34 Kreuztabelle

% innerhalb von Typ34

		Typ34		Gesamt
		Typ3	Typ4	
ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn	ich fühle mich zu dick	1,6%		1,0%
2		8,2%	2,6%	6,1%
3		42,6%	21,1%	34,3%
4		37,7%	52,6%	43,4%
5		3,3%	10,5%	6,1%
6		4,9%	10,5%	7,1%
	ich fühle mich zu dünn	1,6%	2,6%	2,0%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn abhängig	,268
			Typ34 abhängig
			,308

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern * Typ34	97	47,1%	109	52,9%	206	100,0%

**ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern \* Typ34 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ34

		Typ34		Gesamt
		Typ3	Typ4	
ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern	trifft gar nicht zu	6,6%	47,2%	21,6%
	trifft eher nicht zu	41,0%	27,8%	36,1%
	trifft eher zu	37,7%	22,2%	32,0%
	trifft zu	14,8%	2,8%	10,3%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich arbeite aktiv daran meine Figur zu verändern abhängig	,419
			Typ34 abhängig
			,489

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ich mache Sport um mich in Form zu halten * Typ34	97	47,1%	109	52,9%	206	100,0%

**ich mache Sport um mich in Form zu halten \* Typ34 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ34

		Typ34		Gesamt
		Typ3	Typ4	
ich mache Sport um mich in	trifft gar nicht zu	6,7%	24,3%	13,4%
Form zu halten	trifft eher nicht zu	20,0%	43,2%	28,9%
	trifft eher zu	30,0%	13,5%	23,7%
	trifft zu	43,3%	18,9%	34,0%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Richtungsmaße**

			Wert
Nominal- bzgl. Intervallmaß	Eta	ich mache Sport um mich in Form zu halten abhängig	,381
		Typ34 abhängig	,409

**ich habe schon einmal eine Diät gemacht \* Typ34 Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ34

		Typ34		Gesamt
		Typ3	Typ4	
ich habe schon einmal eine Diät	nein	62,3%	83,8%	70,4%
gemacht	ja	37,7%	16,2%	29,6%
Gesamt		100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5,104 <sup>a</sup>	1	,024	,039	,019
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	4,125	1	,042		
Likelihood-Quotient	5,407	1	,020		
Exakter Test nach Fisher					
Zusammenhang linear-mit-linear	5,052	1	,025		
Anzahl der gültigen Fälle	98				

- a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 10,95.  
 b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Symmetrische Maße		
	Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß Phi	-,228	,024
Cramer-V	,228	,024
Anzahl der gültigen Fälle	98	

## ETA/CRAMERS V TYP 4

Tabelle Eta 'Zufriedenheit Figur' siehe ETA TYP 1

Tabelle Eta 'ich fühle mich zu dick/ ich fühle mich zu dünn' siehe ETA TYP 1; ETA TYP 3

Tabelle Eta 'ich möchte mein Figur verändern/ ich möchte, dass meine Figur so bleibt' siehe ETA TYP 1

Tabelle Eta 'ich fühle mich vom vorgegebenen Schönheitsideal unter Druck gesetzt' siehe ETA TYP1

Tabelle Eta 'das vorgegebene Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ' siehe ETA TYP 1

Tabelle Eta 'Aussehen spielte in der Schule eine große Rolle' siehe ETA TYP 1

Tabelle Eta ' Aussehen spielte in der Familie eine große Rolle' siehe ETA TYP 1

Tabelle Eta 'es ist mir egal was mir nahestehende Personen über mein Aussehen denken' siehe ETA TYP 1

Tabelle Eta 'ich arbeite aktiv daran, meine Figur zu verändern' siehe ETA TYP 1; ETA TYP 3

Tabelle Eta 'ich mache Sport, um mich in Form zu halten' siehe ETA TYP 3

Tabelle Cramers V 'ich habe schon einmal Diät gehalten' siehe Cramers V TYP 1

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ24

	Typ24		Gesamt
	Typ2	Typ4	
ich habe schon einmal eine Diät gemacht	52,2%	83,8%	71,7%
nein			
ja	47,8%	16,2%	28,3%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	6,979 <sup>a</sup>	1	<b>,008</b>		
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	5,509	1	,019		
Likelihood-Quotient	6,888	1	,009		
Exakter Test nach Fisher				,017	,010
Zusammenhang linear-linear	6,863	1	,009		
Anzahl der gültigen Fälle	60				

- a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 6,52.  
 b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

**Symmetrische Maße**

	Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß Phi	-,341	,008
Cramer-V	<b>,341</b>	,008
Anzahl der gültigen Fälle	60	

**Kreuztabelle**

% innerhalb von Typ34

	Typ34		Gesamt
	Typ3	Typ4	
ich habe schon einmal eine Diät gemacht	62,3%	83,8%	70,4%
nein			
ja	37,7%	16,2%	29,6%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

### Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (1- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5,104 <sup>a</sup>	1	,024	,039	,019
Kontinuitätskorrektur <sup>b</sup>	4,125	1	,042		
Likelihood-Quotient	5,407	1	,020		
Exakter Test nach Fisher					
Zusammenhang linear-mit- linear	5,052	1	,025		
Anzahl der gültigen Fälle	98				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 10,95.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

### Symmetrische Maße

		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	-,228	,024
	Cramer-V	,228	,024
Anzahl der gültigen Fälle		98	

## **5.3 Abstract**

### **Deutsch**

Diese Arbeit beschäftigt sich mit dem Stellenwert der Figur bei 20 bis 40 Jährigen. Im theoretischen Teil setzt sie sich mit Begriffen der Körperforschung sowie der gestiegenen Wichtigkeit des Äußeren in der Gegenwart auseinander. Außerdem beinhaltet die vorliegende Arbeit eine Abhandlung über das westliche Schönheitsideal und seinen Einfluss auf die einzelnen Individuen. Darüber hinaus wird sich mit dem Phänomen der Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper auseinandergesetzt. Den Kern des empirischen Teils bilden vier unterschiedliche Typen, die nach dem Geschlecht und der Wichtigkeitszuschreibung der eigenen Figur in der Gegenwart gebildet werden. Auf Basis der durch einen online-Fragebogen erhobenen Daten, werden diese mittels Varianzanalysen und Kreuztabellen unterschieden. Aus den Differenzen der Typen können schließlich mehrere Schlussfolgerungen gezogen werden. Einerseits kann ein starker Einfluss vom vorgegebenen Schönheitsideal vor allem auf das weibliche Geschlecht beobachtet werden. Andererseits spielt auch die durch die Peergroup erfahrene Prägung hinsichtlich der Relevanz des Aussehens, im Bereich der eigenen Körperwahrnehmung, eine wichtige Rolle. Des Weiteren kann ein unterschiedliches Schönheitshandeln, vor allem zwischen Männern und Frauen, beobachtet werden. Dieses spiegelt sich vor allem in einem andersartigen Ernährungsverhalten, einem ungleich starken Zugang zu Sport und im Sektor der finanziellen Ausgaben wider.

## **Englisch**

This thesis deals with the importance people between the ages of 20 and 40 attach to their physical appearance. The theoretical part discusses the fundamental terms of body research as well as the increasing importance of physical appearance at present times. Moreover, this thesis presents a summary of western standard of beauty and its effect on the individual. Furthermore, the phenomenon of being discontent with your own body is discussed. The core of the empirical part presents four different types, divided according to gender and corresponding importance attached to physical appearance, existing at present times. The data was collected through an online questionnaire and evaluated using variance analysis and cross tabulations. As a result, various conclusion can be drawn according to the obvious differences of all discussed types. On the one hand, given ideals of beauty especially have a big influence on women. On the other hand, the relevance of physical appearance is affected by how much emphasis is put on this aspect of life by one's peer group. Furthermore, a difference according to the importance of beauty care can be observed not only within the four different types, but especially between women and men. This is reflected mainly through differences in one's food habits, diverse approaches to sports, as well as the willingness to pay for beauty related expenses.

## 5.4 Lebenslauf

### Persönliche Daten

Vorname: Daniela  
Zuname: Pfaffeneder  
Geburtsdatum: 8. Juni 1986 in Amstetten, NÖ  
E-Mail: daniela.pfaffeneder@gmx.at

### Ausbildung

10-02. 2010/11 Erasmus in Granada, Spanien  
01-03. 2009 Aufenthalt in Peru/ Universitärer Forschungszweck  
2009 Mitarbeit an einem Forschungsprojekt der Universität Wien (Leitung Ao. Univ.-Prof. Dr. Franz Kolland) zum Thema "Nachhaltigkeit im Tourismus" in Peru  
seit 03/2007 Diplomstudium Romanistik Spanisch an der Universität Wien  
seit 10/2006 Diplomstudium Soziologie im rechts-, sozial-, und wirtschaftswissenschaftlichen Zweig an der Universität Wien  
  
2000 – 2005 Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe, Stadt Haag  
1996 – 2000 Hauptschule Wolfsbach  
1992 – 1996 Volksschule Wolfsbach

### Publikation

Iris Enz/Raphaella Kogler/Daniela Pfaffeneder/Ana-Sofia Romero-Villanueva: Feldzugang und Methodenbeschreibung. In: Astleithner, Franz et al: Indikatoren zur sozialen Nachhaltigkeit im Tourismus. Explorative Erkundungen in zwei Regionen in Peru. Wien: Südwind 2009, S. 38-49

### Ehrenamtliche Tätigkeiten

2010 Mitarbeit für den Verein Ute Bock am Bock Ma´s Festival in Timelkam  
2008/09 Essensausgabe Caritas Wien - Canisibus  
09/2005 – 04/2006 Mitarbeit an einem Kinderhilfsprojekt in Montevideo/Uruguay unter dem Orden "Don Bosco"

## **Kenntnisse und Fertigkeiten**

### *IT-Kenntnisse*

Microsoft Word (sehr gut)

Microsoft Excel (sehr gut)

Microsoft Power Point (sehr gut)

SPSS (gut)

### *Sprachkenntnisse*

Deutsch: Muttersprache

Englisch: fließend in Wort und Schrift

Spanisch: fließend in Wort und Schrift

Französisch: Grundkenntnisse

### *Sonstige Kenntnisse*

Führerschein (B)

## 5.5 Abbildungsverzeichnis

### Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Altersverteilung.....	51
Abbildung 2: Body Mass Index Verteilung.....	52
Abbildung 3: Ortsgröße.....	53
Abbildung 4: Subjektive Empfindung Stadt/Landzugehörigkeit.....	54
Abbildung 5: Real- versus Wunschfigur.....	57
Abbildung 6: Real- versus Wunschgewicht.....	58
Abbildung 7: prozentuelle Typenverteilung.....	61
Abbildung 8: prozentuelle Typenverteilung.....	63
Abbildung 9: Zufriedenheit Figur Typ1; Typ3; Typ4;.....	65
Abbildung 10: 'Ich fühle mich zu dick/ich fühle mich zu dünn' Typ1; Typ4;.....	67
Abbildung 11: 'Ich fühle mich vom vorgegebenen Schönheitsideal unter Druck gesetzt' Typ1; Typ3; Typ4;.....	68
Abbildung 12: 'Es ist mir egal, was bekannte Personen über mein Äußeres denken' Typ1; Typ3; Typ4;.....	70
Abbildung 13: 'Ich passe beim Essen auf, um nicht zuzunehmen' Typ1; Typ3; Typ4;.....	72
Abbildung 14: Ausgaben für Pflege-, Kosmetik- und Stylingprodukte Typ1; Typ4;.....	73
Abbildung 15: 'Ich möchte meine Figur verändern/Ich möchte, dass sie so bleibt' Typ1;2;3;4;.....	76
Abbildung 16: 'Ich fühle mich vom vorgegebenen Schönheitsideal unter Druck gesetzt' Typ2;Typ1;.....	77
Abbildung 17: 'Ich passe beim Essen auf, um nicht zuzunehmen' Typ2; Typ4;.....	78
Abbildung 18: 'Ich habe mehrmals Diät gehalten' Typ2; Typ1;.....	79
Abbildung 19: 'es ist mir egal was nahestehende Personen über mein Äußeres denken' Typ2; Typ1;.....	80
Abbildung 20: 'Ich fühle mich zu dick/Ich fühle mich zu dünn' Typ3; Typ4;.....	83
Abbildung 21: 'Ich fühle mich d. das vorgegebene Schönheitsideal unter Druck gesetzt' Typ3; Typ1; Typ4;.....	84
Abbildung 22: 'ich arbeite aktiv daran, meine Figur zu verändern' Typ3; Typ4;.....	85
Abbildung 23: 'ich mache Sport, um mich in Form zu halten' Typ3; Typ4;.....	86
Abbildung 24: 'ich habe schon einmal Diät gehalten' Typ3, Typ4;.....	87
Abbildung 25: Ausgaben für Pflege-, Kosmetik- und Stylingprodukte Typ3; Typ4;.....	88
Abbildung 26: Zufriedenheit Figur Typ4; Typ1;.....	90
Abbildung 27: 'Ich möchte meine Figur verändern/Ich möchte, dass sie so bleibt' Typ4; Typ1;.....	92
Abbildung 28: 'Das vorgegebene Schönheitsideal beeinflusst mein Selbstbewusstsein negativ' Typ4; Typ1;.....	93
Abbildung 29: 'Aussehen spielte in der Schule eine große Rolle' Typ4, Typ1;.....	94
Abbildung 30: 'Ich mache Sport, um mich in Form zu halten' Typ4; Typ3;.....	95
Abbildung 31: Ausgaben für Kleidung und Accessoires Typ4; Typ1;.....	96

## 5.6 Literaturverzeichnis

Antoni-Komar, Irene, 2001: Moderne Körperlichkeit. Körper als Orte ästhetischer Erfahrung. Stuttgart/Bremen: dbv.

Baur, Nina, 2008 (2004): Das Ordinalskalenproblem. In: Baur, Nina; Fromm, Sabine (Hg.), Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene. Ein Arbeitsbuch. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 279-290.

Brandl-Bredenbeck, H.-P.; Brettschneider W.-D., 1997: Selbst- und Körperkonzepte bei Jugendlichen mit unterschiedlichem Sportengagement. Spectrum, 2005, Jg. 17, Heft 2, 26-44.

Bauernfeind Bettina; Fauster Angelika; Lang Nicole, 2001: Negative Auswirkungen des Schönheitskultes. in: Hergovich, Andreas (Hg.) 2001: Psychologie der Schönheit. Physische Attraktivität aus wissenschaftlicher Perspektive. Wien: Facultas.

Benninghaus, Hans, 2007: Deskriptive Statistik. Eine Einführung für Sozialwissenschaftler. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Beuckmann-Wübbels Annette; Beyer, Kathrin, 2008: Ich hab's satt! Wenn essen zum Problem wird. Essstörungen erkennen, verstehen und überwinden. Hannover: Humboldt.

Brosius, Felix, 2011: SPSS 19. 1 Auflage, Heidelberg: mitp.

Buchacher, Robert, 2002: Esskapaden. in: Profil, 2002, Jg. 40, Nr.6, 70-78.

Bühl, Achim, 2008: SPSS 16. Einführung in die moderne Datenanalyse. 11.Auflage. München: Pearson Studium.

Daszkowski, Alexandra, 2003: Das Körperbild bei Frauen und Männern. Evolutionstheoretische und kulturelle Faktoren. Marburg: Tectum Verlag.

Degele, Nina, 2004: Sich schön machen. Zur Soziologie von Geschlecht und Schönheitshandeln. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Diekmann, Andreas, 2007: Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Diekmann, Andreas, 2009: Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Dietrich, Sabine 2009: Esskapaden. in: Profil, 2002, Jg. 40, Nr.6, 70-78.

Drolshagen, Ebba, 1995: Des Körpers neue Kleider. Die Herstellung weiblicher Schönheit. Frankfurt am Main: Krüger.

Gläbel, Maria-Lena, 2011: Werbeschönheiten als Vorbild – Beeinflussen die Werbebilder die eigene Körperwahrnehmung von Frauen? In: Holtz- Bacha, Christina (Hg.), Stereotype? Frauen und Männer in der Werbung. 2. Auflage, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 224-261

Gieske, Sabine, 2001: Das ungleiche Paar. Was unterscheidet schöne Männer von schönen Frauen? In: Antoni-Komar, Irene (Hg.): Moderne Körperlichkeit. Körper als Orte ästhetischer Erfahrung. Stuttgart/Bremen: dbv, 38-47.

Hackl, Peter; Katzenbeisser, Walter, 2000: Statistik für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften. 11. Auflage, München: Oldenbourg.

Hanko, Martin Franz, 2001: Schönheit im Zeitalter der Massenmedien. In: Hergovich, Andreas (Hg.), Psychologie der Schönheit. Physische Attraktivität aus wissenschaftlicher Perspektive. Wien: Facultas, 137-156.

Kluge, Norbert (Hg.); Hippchen Gisela; Fischinger Elisabeth, 1999: Studien zur Sexualpädagogik. Körper und Schönheit als soziale Leitbilder. Bd: 13, Peter Lang: Frankfurt am Main.

Hölter, Gerd, 2011: Bewegungstherapie bei psychischen Erkrankungen - Grundlagen und Anwendung, Lehrbuch für Theorie und Praxis. Köln: Deutscher Ärzte-Verlag.

Hurrelmann, Klaus, 1994: Lebensphase Jugend. 3. Auflage, Weinheim: Juventa Verlag.

Janssen, Jürgen; Laatz, Wilfried, 2007: Statistische Datenanalyse mit SPSS für Windows. 6. Auflage, Berlin: Springer.

Krueger, David W., 2002: Psychodynamic perspectives on body image. In T. F. Cash & Th. Pruzinsky (Eds.). Body Image. New York: The Guilford Press.

Kruse, Volker, 2008: Geschichte der Soziologie. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Kullmann, Katja, 2008: Schönheit: Der teure Selbstekel. In :Emma, 2008, Heft 4, 48-53.

Marlock, Gustl; Weiss, Halko, 2007: Handbuch der Körperpsychotherapie. Stuttgart: Schattauer.

Meschig, Alexander, 2002: Markenmacht. Hamburg: Europäische Verlagsanstalt.

Moser, Sonja; 2010: Beteiligt sein. Partizipation aus der Sicht von Jugendlichen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Mrazek, J., 1987: Struktur und Entwicklung des Körperkonzepts im Jugendalter. Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und Pädagogische Psychologie, 1987 Heft 19, 1-13.)

Neundorfer, Georg, 2010: Selbstverwirklichung mit Mann. Der ultimative praktische Ratgeber für die moderne Frau. Norderstedt: Books on demand.

Orbach, Susie, 2010: Bodies. Schlachtfelder der Schönheit. 1. Auflage, Zürich-Hamburg: Arche Literatur Verlag.

Pauser, Wolfgang; 1995: Spiegelbildlich: kontrovers. In: Penz/Pauser: Schönheit des Körpers. Ein theoretischer Diskurs über Bodybuilding, Diät und Schönheitschirurgie. Wien: Rhombus

Penz, Otto, 1995: Schönheit des Körpers. In: Penz/Pauser: Schönheit des Körpers. Ein theoretischer Diskurs über Bodybuilding, Diät und Schönheitschirurgie. Wien: Rhombus.

Posch, Waltraud, 2009: Projekt Körper. Wie der Kult um die Schönheit unser Leben prägt. Frankfurt/Main: Campus-Verlag.

Pröglhof, Petra; Mixday-Schima, Melinda, (2001): Schönheit aus kultureller Perspektive. In: Hergovich, Andreas (Hg.), Psychologie der Schönheit. Physische Attraktivität aus wissenschaftlicher Perspektive. Wien: Facultas, 101-135.

Pühse, Uwe; Gerber, Markus, 2005: Selbst- und Körperkonzepte bei Jugendlichen mit unterschiedlichem Sportengagement. Spectrum, 2005, Jg. 17, Heft 2, 26-44.

Röbke, Thomas, 2002: Zwischen Creme und Düften. Die Zeit 2002 Nr. 6, 24.

Scherr, Albert, 2009: Jugendsoziologie. Einführung in Grundlagen und Theorien. 9. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schilder, Paul, 1999 (1950): The image and appearance of the human. London: Routledge.

Schnell, Rainer; Hill, Paul B.; Esser, Elke, 2008: Methoden der empirischen Sozialforschung. 8. Auflage, München: Oldenbourg.

Steins, Gisela, 2007: Sozialpsychologie des Körpers. Wie wir unseren Körper erleben. 1. Auflage, Stuttgart: Kohlhammer.

Späth, U.; Schlicht, W., 2000: Selbst- und Körperkonzepte bei Jugendlichen mit unterschiedlichem Sportengagement. Spectrum 2005, Jg.17, Heft 2. 26-44.

Stevens, James P., 1999: Intermediate Statistics. A Modern Approach. London: Erlbaum.

Synott, Anthony, 1989: Truth and Goodness, Mirrors and Masks. A Sociology of Beauty and the Face. Part I. In: The British Journal of Sociology, Vol 40, No.4, 607-636.

Waldrich, Hans-Peter, 2004: Perfect Body. Körperkult, Schlankheitswahn und Fitnessrummel. Köln: Papy Rossa.

Weiss, Hans; Lackinger Karger, Ingeborg, 2011: Schönheit. Die Versprechen der Beauty-Industrie. Nutzen Risiken Kosten. Wien: Deuticke.

Wolf, Naomi; 1993: Der Mythos Schönheit. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

## Internetquellen

[http://apps.who.int/bmi/index.jsp?introPage=intro\\_3.html](http://apps.who.int/bmi/index.jsp?introPage=intro_3.html), 06.01 2012

[http://www.mbechstein.de/reader\\_pm/theorie\\_themen/06\\_koerperkonzept.pdf](http://www.mbechstein.de/reader_pm/theorie_themen/06_koerperkonzept.pdf), 52-56, 06.02 2012

Kluge, Susann, 2000: Empirisch begründete Typenbildung in der qualitativen Sozialforschung [14 Absätze]. Forum Qualitative Sozialforschung. <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1124/2497>, 18.01 2012

[http://portal.wko.at/wk/format\\_detail.wk?AngID=1&StID=360271&DstID=363](http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?AngID=1&StID=360271&DstID=363) 14. 02 2012

<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1124/2498> 07. 02 2012

[http://www.quantitative-methoden.de/Dateien/Auflage3/Band\\_I/Kapitel\\_3\\_SPSS\\_Ergaenzungen\\_A3.pdf](http://www.quantitative-methoden.de/Dateien/Auflage3/Band_I/Kapitel_3_SPSS_Ergaenzungen_A3.pdf) 20. 03 2012

<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/9180/stadt-v7.html> 17. 02. 2012