

# Ich bin kein Model – ABER TOP!



Was unterstützt Mädchen im produktiven Umgang  
mit Körperidealen aus den Medien?

Eine qualitative Untersuchung

Bachelor – Arbeit  
Francine Buchwalder  
Uta Siebel Müller

Hochschule Luzern  
Soziale Arbeit  
August 2016

**Bachelor-Arbeit**  
**Ausbildungsgang Sozialarbeit & Soziokultur**  
**Kurs TZ 2011 - 2016**

**Francine Buchwalder & Uta Siebel Müller**

**Ich bin kein Model – aber TOP!**

**Was unterstützt Mädchen im produktiven Umgang mit Körperidealen  
aus den Medien?**

Diese Bachelor-Arbeit wurde im August 2016 in 3 Exemplaren eingereicht zur Erlangung des vom Fachhochschulrat der Hochschule Luzern ausgestellten Diploms für Sozialarbeit & Soziokultur..

---

Diese Arbeit ist Eigentum der Hochschule Luzern – Soziale Arbeit. Sie enthält die persönliche Stellungnahme des Autors/der Autorin bzw. der Autorinnen und Autoren.

---

Veröffentlichungen – auch auszugsweise – bedürfen der ausdrücklichen Genehmigung durch die Leitung Bachelor.

---

Reg. Nr.:

---

Originaldokument gespeichert auf LARA – Lucerne Open Access Repository and Archive der Zentral- und Hochschulbibliothek Luzern



Dieses Werk ist unter einem  
Creative Commons Namensnennung-Keine kommerzielle Nutzung-Keine Bearbeitung 3.0 Schweiz Lizenzvertrag  
lizenziert.

Um die Lizenz anzuschauen, gehen Sie bitte zu <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/ch/>  
Oder schicken Sie einen Brief an Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California  
95105, USA.

#### Urheberrechtlicher Hinweis

Dieses Dokument steht unter einer Lizenz der Creative Commons Namensnennung-Keine kommerzielle  
Nutzung-Keine Bearbeitung 3.0 Schweiz <http://creativecommons.org/>

Sie dürfen:



**Teilen** — das Material in jedwedem Format oder Medium vervielfältigen und weiterverbreiten  
Zu den folgenden Bedingungen:



**Namensnennung** — Sie müssen angemessene Urheber- und Rechteangaben machen, einen Link zur  
Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden. Diese Angaben dürfen in jeder  
angemessenen Art und Weise gemacht werden, allerdings nicht so, dass der Eindruck entsteht, der Lizenzgeber  
unterstütze gerade Sie oder Ihre Nutzung besonders.



**Nicht kommerziell** — Sie dürfen das Material nicht für kommerzielle Zwecke nutzen.



**Keine Bearbeitungen** — Wenn Sie das Material remixen, verändern oder darauf anderweitig direkt  
aufbauen dürfen Sie die bearbeitete Fassung des Materials nicht verbreiten.  
Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter welche dieses Werk fällt,  
mitteilen.

Jede der vorgenannten Bedingungen kann aufgehoben werden, sofern Sie die Einwilligung des Rechteinhabers  
dazu erhalten.

Diese Lizenz lässt die Urheberpersönlichkeitsrechte nach Schweizer Recht unberührt.

Eine ausführliche Fassung des Lizenzvertrags befindet sich unter <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/ch/legalcode.de>

## **Vorwort der Schulleitung**

Die Bachelor-Arbeit ist Bestandteil und Abschluss der beruflichen Ausbildung an der Hochschule Luzern, Soziale Arbeit. Mit dieser Arbeit zeigen die Studierenden, dass sie fähig sind, einer berufsrelevanten Fragestellung systematisch nachzugehen, Antworten zu dieser Fragestellung zu erarbeiten und die eigenen Einsichten klar darzulegen. Das während der Ausbildung erworbene Wissen setzen sie so in Konsequenzen und Schlussfolgerungen für die eigene berufliche Praxis um.

Die Bachelor-Arbeit wird in Einzel- oder Gruppenarbeit parallel zum Unterricht im Zeitraum von zehn Monaten geschrieben. Gruppendynamische Aspekte, Eigenverantwortung, Auseinandersetzung mit formalen und konkret-subjektiven Ansprüchen und Standpunkten sowie die Behauptung in stark belasteten Situationen gehören also zum Kontext der Arbeit.

Von einer gefestigten Berufsidentität aus sind die neuen Fachleute fähig, soziale Probleme als ihren Gegenstand zu beurteilen und zu bewerten. Sozialarbeiterisches und soziokulturellanimatorisches Denken und Handeln ist vernetztes, ganzheitliches Denken und präzises, konkretes Handeln. Es ist daher nahe liegend, dass die Diplomandinnen und Diplomanden ihre Themen von verschiedenen Seiten beleuchten und betrachten, den eigenen Standpunkt klären und Stellung beziehen sowie auf der Handlungsebene Lösungsvorschläge oder Postulate formulieren.

Ihre Bachelor-Arbeit ist somit ein wichtiger Fachbeitrag an die breite thematische Entwicklung der professionellen Sozialen Arbeit im Spannungsfeld von Praxis und Wissenschaft. In diesem Sinne wünschen wir, dass die zukünftigen Sozialarbeiterin bzw. Soziokulturelle Animatorin mit ihrem Beitrag auf fachliches Echo stossen und ihre Anregungen und Impulse von den Fachleuten aufgenommen werden.

Luzern, im August 2016

Hochschule Luzern, Soziale Arbeit  
Leitung Bachelor

# Abstract

## **Ich bin kein Model – aber Top!**

Der Forschungsgegenstand dieser Bachelorarbeit sind Mädchen zwischen 12 und 16 Jahren und ihr Umgang mit idealisierten Frauenkörperdarstellungen in den Medien. Francine Buchwalder und Uta Siebel Müller stellen die Datenerhebung von vier Gruppeninterviews dar und werten diese in Bezug zu ausgewählten Theorien aus. Es gelingt aufzuzeigen, dass Schönheitsideale die Mädchen im Alltag begleiten, sie sich an ihnen orientieren und an ihnen ausrichten. Bei allen befragten Mädchen löst ein Vergleich mit dem Idealbild eine Körperunzufriedenheit aus. Daraus entwickeln sie unterschiedliche Handlungsstrategien. Diese gehen vom Wegdrücken eines Bildes auf dem Smartphone, über das Absolvieren einer Gesundheitswoche, bis hin zum individuellen Ganzjahresprojekt zur Körperformung.

Am Modell der produktiven Realitätsverarbeitung nach Klaus Hurrelmann (2010, S.133) und den Entwicklungsaufgaben nach Gudrun Quenzel (2015, S.155) konnten die spezifischen Herausforderungen aufgezeigt werden, welche im Jugendalter bewältigt werden müssen. Der Einfluss von Medienbildern bewirkt eine Unzufriedenheit mit dem eigenen Körperbild und wirkt so auf das gesundheitliche Wohlbefinden der Mädchen (Schär & Weber, 2015, S.26).

Diese Forschungsarbeit zeigt den ungleichen Zugang zu Ressourcen und seine Auswirkung auf einen produktiven Umgang der befragten Mädchen mit idealisierten Körperbildern. In der Sozialen Arbeit ist deshalb Handeln nach dem Konzept der ausgleichenden Gerechtigkeit gefordert (Beat Schmocker, 2011, S.28); konkret sind Projekte zur Ressourcenstärkung von Mädchen und eine Positionierung von Fachpersonen gefragt.

## Dank

Unser spezieller Dank gilt den 21 Mädchen, die mit ihrer Offenheit und Ernsthaftigkeit als Expertinnen in den Interviews unsere Arbeit überhaupt erst ermöglicht haben. Ebenso gilt unser Dank den Jugendarbeiterinnen, welche uns den Kontakt zu den Mädchen ermöglichten.

Wir danken auch den Mitstudierenden, Freundinnen, Dozierenden und allen, die sich Zeit für einen Fachdiskurs mit uns genommen haben.

Wir danken den Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartnern des Fachpools Irene Müller, Simone Gretler Heusser, Werner Riedweg und Andreas Pfister für die Begleitung im Bachelorkolloquium.

Wir danken Johanna Müller für die kompetente Begleitung in der Schreibphase. Ein besonderer Dank gilt unseren Familien für ihre Unterstützung während der Bachelorarbeit und im ganzen Studium.

# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	3
Abbildungsverzeichnis .....	5
1 Einleitung .....	6
1.1 Ausgangslage .....	6
1.2 Persönliche Motivation.....	6
1.3 Ziel der Forschung.....	7
1.4 Forschungsfokus und Abgrenzung .....	7
1.5 Fragestellung.....	7
1.6 Berufsrelevanz .....	8
1.7 Adressatinnen und Adressaten.....	8
1.8 Aufbau dieser Arbeit .....	8
2 Zentrale Begriffe und theoretische Grundlagen .....	10
2.1 Zentrale Begriffe.....	10
2.2 Mädchen und Medienbilder.....	13
2.3 Mädchen und ihr Körperbild .....	15
2.4 Sehen und Gesehen werden.....	16
2.5 Modell der produktiven Realitätsverarbeitung .....	16
2.6 Entwicklungsaufgaben .....	18
2.6.1 Entwicklungsaufgaben nach Robert J. Harvighurst.....	18
2.6.2 Modell der Entwicklungsaufgaben nach Gudrun Quenzel.....	19
2.6.3 Faktoren für die Bewältigung von Entwicklungsaufgaben .....	20
2.6.4 Körperzufriedenheit und gesundheitliches Wohlbefinden.....	22
2.7 Gesundheitliche Ungleichheit.....	22
2.7.1 Ausgleichende Gerechtigkeit ein Konzept der Sozialen Arbeit .....	23
2.7.2 Professionelle der Sozialen Arbeit in der Gesundheitsförderung.....	24
3 Methodisches Vorgehen .....	25
3.1 Forschungsziel .....	25
3.2 Qualitative Forschung .....	25
3.3 Forschungsdesign .....	25
3.4 Planungsphase .....	26
3.4.1 Gruppeninterviews .....	26
3.4.2 Auswahl der Zielgruppe .....	27
3.4.3 Entwicklung des Leitfadens .....	27
3.4.4 Pretest.....	28
3.4.5 Vorbereitung der Gruppeninterviews.....	28

4	Erhebung der Daten .....	29
4.1	Angaben zu den Interviewgruppen.....	29
4.2	Durchführung der Gruppeninterviews .....	31
4.3	Sicherung der Daten .....	32
5	Datenaufbereitung und Datenauswertung.....	33
5.1	Datenaufbereitung .....	33
5.2	Auswertungsmethode.....	33
5.3	Vorgehen.....	34
6	Darstellung der Interviewdaten.....	36
6.1	Orientierung an Körperidealen.....	36
6.2	Einfluss der Körperideale .....	43
6.3	Schönheitspraktiken .....	45
6.4	Inszenierung in den Medien .....	50
6.5	Hilfestellungen.....	52
6.6	Darstellung der Kernaussagen aus den Interviews.....	58
7	Ergebnisse .....	59
7.1	Unterschiede der Stichprobenvariablen .....	59
7.2	Dynamik der Gruppeninterviews .....	61
7.3	Interpretation der Interviewdaten .....	62
7.4	Analyse aus den Forschungsbeobachtungen.....	69
7.5	Diskussion .....	72
7.6	Beantwortung der Fragestellung und Hypothese .....	73
8	Schlussfolgerungen .....	76
8.1	Handlungsempfehlungen .....	76
8.2	Ausblick.....	78
8.3	Offene und weiterführende Fragen.....	78
8.4	Persönliches Fazit .....	78
9	Literaturverzeichnis.....	80

Die gesamte Arbeit wurde von Francine Buchwalder und Uta Siebel Müller gemeinsam verfasst.

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geräteverfügbarkeit im Haushalt	14
Abbildung 2: Modell der produktiven Realitätsverarbeitung	17
Abbildung 3: Entwicklungsaufgaben und Gesundheit	21
Abbildung 4: Forschungsdesign	26
Abbildung 5: Auswertungsmethode	33
Abbildung 6: Verteilung der Teilnehmerinnen nach Variable-Kriterien	59
Abbildung 7: Entstehung der Körperunzufriedenheit	69
Abbildung 8: Sofortige Handlungsstrategie von Mädchen	69
Abbildung 9: Langzeit-Projekt zur Körperperformung von Mädchen	70
Abbildung 10: Skala der Betroffenheit von Körperunzufriedenheit	71

# 1 Einleitung

In diesem Kapitel wird als Ausgangslage der aktuelle Forschungsstand zum Umgang von Mädchen mit Frauenkörperidealen aus den Medien dargestellt. Weiter werden die persönliche Motivation der Autorinnen, die Forschungsfragen, das Ziel und die Abgrenzung erläutert. Anschliessend wird die Berufsrelevanz der vorliegenden Arbeit dargelegt und aufgezeigt, wer die Adressatinnen und Adressaten der Arbeit sind. Eine Vorschau auf den Inhalt und die Struktur der Arbeit schliessen dieses Kapitel ab.

## 1.1 Ausgangslage

In unserer heutigen Gesellschaft spielen visuelle Reize eine wichtige Rolle. Realitätsfremde, oft retuschierte Bilder von Frauen und Mädchen überfluten Mädchen alltäglich und üben einen Einfluss auf ihre Schönheitsideale aus. Nach Christine Forrester-Knauss hat der Konsum von Medien einen starken Einfluss auf das eigene Körperbild von Mädchen (2014, S.10). Eine Studie von Marcel Schär und Sonja Weber (2015) zeigt auf, dass über 50% der 12-jährigen Mädchen in der Deutschschweiz mit ihrem Körper nicht zufrieden sind. Gleichzeitig kann ein direkter Zusammenhang zwischen der Körperzufriedenheit von Mädchen in der Pubertät und ihrer psychischen Gesundheit gezogen werden (S.13). Die Studie „Gesundes Körperbild“ der Gesundheitsförderung Schweiz (2013) weist auf einen Handlungsbedarf in diesem Bereich hin und formuliert konkrete Handlungsempfehlungen für Fachpersonen (S.26). Für die sozial Arbeitenden in der Mädchenarbeit, den Schulen, im Sozialraum und in der Gesundheitsförderung ist das Thema aktuell und wichtig. Die Recherchen zur vorliegenden Arbeit zeigen jedoch dass nur wenig Wissen über die Bewältigungsstrategien von Mädchen und ihrem Umgang mit idealisierten Körperbildern vorhanden ist. Als Forschungsfokus ergibt sich daraus ein Bedarf an Wissen darüber, wie Mädchen sich im Alltag mit Medienbildern auseinandersetzen und was sie dabei als unterstützend erfahren.

## 1.2 Persönliche Motivation

Die stereotypen Frauenkörperdarstellungen, die uns im Alltag auf Werbeplakaten, in Werbefilmen oder generell in den Medien begegnen, stimmen die Autorinnen sehr nachdenklich. Beide Autorinnen gehören zu der Generation, die sich für die Frauenrechte, die Gleichberechtigung von Mann und Frau und eine Rollenvielfalt stark gemacht haben. Die Beobachtung, dass jugendliche Mädchen von sich aus stereotype Frauenbilder in Kleidung und Posen ähnlich sein wollen, ist für sie irritierend und löst eine persönliche Betroffenheit aus. Sie stellen fest, dass trotz Fortschritten in der Gleichberechtigung – auch in der Medienberichterstattung – junge Mädchen sich an realitätsfremden und erst noch konservativen, ja rückwärtsgewandten Bildern, von Weiblichkeit orientieren. Dies wird von der Gesellschaft unkritisch geduldet. Die Autorinnen wollen mit der vorliegenden Arbeit das Denken und Handeln bezüglich Körperidealen von 12- bis 16-jährigen Mädchen und ihre Motivation dahinter besser verstehen können, sowie ein Bild von ihren Bewäl-

tigungsstrategien zum Umgang mit dem eigenen Körper und einer allfälligen Unzufriedenheit damit gewinnen. Gleichzeitig kann diese Forschungsarbeit einen Beitrag zur Sensibilisierung von Fachpersonen für das Denken und Handeln von Mädchen bezüglich stereotypen Frauendarstellungen leisten.

### 1.3 Ziel der Forschung

Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, ein Bild über die subjektive Sicht von Mädchen in ihrem Umgang mit idealisierten Körperbilddarstellungen in den Medien zu erhalten. In Gruppeninterviews soll erhoben werden, welche Schönheitsvorstellungen, -wünsche und -ziele Mädchen beschäftigen und wie sie sich ihre Meinung zum Thema „Schön sein“, bilden. Der Schwerpunkt liegt darauf, zu erfahren, ob und wie die Schönheitsbilder aus den Medien das Handeln der Mädchen beeinflussen und was ihnen im Umgang mit den Medienbildern hilft. Die Ergebnisse und Erkenntnisse der Interviews sollen mit Theoriebezügen verknüpft und Wissen für die Praxis der Sozialen Arbeit generiert werden.

### 1.4 Forschungsfokus und Abgrenzung

Der Forschungsfokus der vorliegenden Arbeit wurde auf Mädchen im Alter von 12-16 Jahren gelegt. In diesem Alter sind die Mädchen in der Phase der Identitätsbildung und beschäftigen sich besonders intensiv mit ihrem Aussehen. Aus diesem Forschungsfokus heraus ergaben sich folgende Abgrenzungen:

Die (Männer-) Körperideale und ihre Wirkung auf Jungen werden in diese Forschungsarbeit nicht miteinbezogen. Ebenso bezieht sich diese Arbeit nur auf westlich-europäische Frauen-Körperideale. Es wird kein Bezug genommen zu Themen wie Essstörungen, Sucht, Schönheitsoperationen oder spezifischen Schönheitsthemen. Den Autorinnen geht es darum, das Thema in seiner Gesamtheit zu erfassen.

### 1.5 Fragestellung

Abgeleitet von der Ausgangslage, der persönlichen Motivation und der Zielausrichtung hat sich eine Hauptforschungsfrage ergeben. Diese Frage wird durch drei Unterfragen erforscht.

Hauptfrage:

Was unterstützt Mädchen im produktiven Umgang mit Körperidealen aus den Medien?

Frage 1: An welchen Schönheitsidealen orientieren sich Mädchen heute?

Frage 2: Wie beeinflussen Bilder von Schönheitsidealen das Handeln der Mädchen und welche Strategien entwickeln sie dabei?

Frage 3: Welche Hilfe und Unterstützung erachten Mädchen als wichtig im Umgang mit Körperidealen?

Als Präzisierung zu den Fragestellungen muss erwähnt werden, dass in dieser Forschungsarbeit mit den Körperidealen, immer das Frauenkörperbild gemeint ist und der Fokus dieser Forschung auf die 12- bis 16-jährigen Mädchen gelegt wird (vgl. Kapitel 1.4). In beiden Fällen haben sich die Autorinnen entschieden der Einfachheit halber, die Begriffe „Körperideal“ und „Mädchen“ zu verwenden. Auf beide Begriffe wird in den folgenden Kapiteln noch detailliert eingegangen.

## 1.6 Berufsrelevanz

Wie in der Ausgangslage beschrieben wurde, sind laut Studien über die Hälfte der Mädchen unzufrieden mit ihrem Körperbild. Der Zusammenhang zwischen dem Körperbild und der psychischen Gesundheit zeigt, wie wichtig die Entwicklung eines gesunden Körperbildes bei Mädchen ist. Fachpersonen können, nach Eleanor Wertheim und Susan Paxton (2012), die Probleme von Mädchen positiv oder negativ verstärken. Wesentlich dabei ist, mit welchem Wissen und mit welcher Sorgfalt und Haltung die Themen angesprochen werden (zit. in Schär & Weber, 2015, S.20). Wie die Recherchen zu dieser Forschungsarbeit zeigen, besteht ein Bedarf an Wissen über Mädchen, die in einer Welt mit vielen idealisierten Frauenkörperbildern aufwachsen. Die Erkenntnisse dieser Forschungsarbeit, darüber wie Mädchen mit den Schönheitsidealen umgehen, und sich produktiv damit auseinandersetzen, können Wissen und Einsichten für die Praxis generieren, und in die Präventionsarbeit einfließen.

## 1.7 Adressatinnen und Adressaten

Die vorliegende Forschungsarbeit richtet sich an Fachpersonen der Sozialen Arbeit, der Gesundheitsförderung, der Schuldienste und der Beratungs- und Präventionsarbeit. Die Ergebnisse der Studie können einen fachlichen Beitrag zur Arbeit an der Basis, in den Ausbildungsinstituten und den Fachstellen leisten. Weiter können die Ergebnisse einen Einblick in den Umgang von Mädchen mit Schönheitsidealen aus den Medien geben. Daraus lässt sich ein Handlungsbedarf ableiten und Empfehlungen für die Praxis formulieren.

In diesem Zusammenhang wird in der vorliegenden Arbeit auf gängige Begriffe aus dem Berufsfeld der Sozialen Arbeit nicht speziell eingegangen.

## 1.8 Aufbau dieser Arbeit

Die vorliegende Arbeit ist in neun Kapitel unterteilt, die folgend kurz erläutert werden:

Im ersten Kapitel wird eine Einleitung zum Thema vorgenommen. Darin werden die Ausgangslage, das Ziel und die Abgrenzung der vorliegenden Arbeit erläutert. Das zweite Kapitel widmet sich der Darstellung des aktuellen Forschungs- und Wissensstandes. Weiter werden zentrale Begriffe erklärt, sowie Studienergebnisse und Literaturrecherchen zu den einzelnen Themenbereichen dargelegt und in Bezug zur Berufsrelevanz erläutert. Die Kapitel drei bis sieben bilden den Schwerpunkt dieser Arbeit und widmen sich der Durchführung der Forschung. Im dritten Kapitel wer-

den das methodische Vorgehen in der Qualitativen Forschung, die Auswahl der Interviewgruppen und die Entwicklung des Interviewleitfadens dargestellt und begründet. Die Datenerhebung und die Datensicherung der vier Gruppeninterviews werden im vierten Kapitel beschreiben. Im fünften Kapitel werden die einzelnen Schritte der Auswertung dokumentiert. Anschliessend werden im sechsten Kapitel die erhobenen Interviewdaten anhand gewisser Themenbereiche und den Fragestellungen präsentiert. Eine Kontrastierung, Interpretation, Analyse und Diskussion der Ergebnisse folgen im siebten Kapitel. Aus diesen Ergebnissen werden anschliessend die Fragestellungen beantwortet und die Hypothesen gebildet. Im achten Kapitel werden Handlungsempfehlungen und einen Ausblick in die Entwicklungen zum Thema „Ich bin kein Model – aber Top“ gegeben. Offene und weiterführende Fragestellungen und ein persönliches Fazit zur Bachelorarbeit werden im achten Kapitel dargelegt. Im Anschluss folgt das Literaturverzeichnis in Kapitel neun.

Nachdem in der Einleitung der Rahmen der Forschungsarbeit beschrieben wurde, folgen im nächsten Kapitel eine Erläuterung die zentralen Begriffe und des aktuellen Wissenstandes.

## 2 Zentrale Begriffe und theoretische Grundlagen

Das folgende Kapitel gibt einen Einblick in die Lebenswelt von Mädchen im Alter von 12 - 16 Jahren. Nach dem als erstes die zentralen Begriffe erklärt werden, wird als zweites der aktuelle Forschungsstand zu den Themen „Mädchen und Medien“ und „Mädchen und ihr Körperbild“ aufgezeigt. In diesen Kapiteln liegt der Schwerpunkt auf der Beschreibung der Lebenssituation von Mädchen im Jugendalter. Theoretische Grundlagen zu den „Entwicklungsaufgaben“ und körpersoziologischen Betrachtungen sollen zu einem vertieften Verständnis der Thematik beitragen.

### 2.1 Zentrale Begriffe

Der Begriff **Jugend** bezeichnet nach Gudrun Quenzel (2015, S.9) die Lebensphase zwischen der Kindheit und dem Erwachsenenalter. In den westlichen Industriegesellschaften beginnt diese etwa mit 12 Jahren und dauert im Durchschnitt zwischen 10 und 15 Jahren. Diese Phase ist gemäss Quenzel (ebd.) gekennzeichnet durch:

- Eine lange Qualifikationsphase
- Den Einstieg in den Arbeitsmarkt
- Spätere Familiengründung
- Hohe Ansprüche an die Selbstverwirklichung
- Körperliche Veränderungsprozesse und die
- Umstrukturierung des emotionalen Beziehungsgefüges (ebd.).

Diese Lebensphase gilt „als entscheidend für die gesamte weitere Persönlichkeitsentwicklung“ (ebd.).

Der Begriff **Pubertät** „bezeichnet nur ein biologisches Geschehen“, das durch die Entwicklung der Fortpflanzungsorgane und ihre Begleiterscheinungen gekennzeichnet ist (Inge Seiffge-Krenke & Erhard Obrich 1982; zit. in Herbert Gudjons, 2012, S.135). Dies beginnt nach Gudjons (2012) bei Mädchen mit dem Einsetzen der Monatsblutung zwischen 10 und 13 Jahren und ist mit dem Abschluss der körperlichen Veränderungen meist mit 17 oder 18 Jahren beendet (ebd.).

Der Begriff **Adoleszenz** bezeichnet den Gesamtzeitraum, der mit dem Einbruch der Pubertät beginnend, die gesamte entwicklungspsychologische Phase umfasst. Sie ist heute laut Gudjons (ebd.) mit 18 Jahren in der Regel noch nicht abgeschlossen. Nach Sarah Dangendorf (2012) ist es die Phase der Identitätsentwicklung, was eine Veränderung des Verhältnisses zur Sozialwelt, den gesellschaftlichen Werten und den eigenen Sinngebungen beinhaltet (S.114).

Das Konzept der **Entwicklungsaufgaben** nach Robert J. Havighurst geht davon aus, dass der Mensch während jedem Abschnitt seines Lebens mit einer Folge von altersspezifischen Problemen konfrontiert ist. Diese muss er bewältigen und erfährt

dadurch in einem Lernprozess, eine persönliche Entwicklung. Die erfolgreiche Lösung dieser Aufgaben führt zu positiven Emotionen. Das Nichtbewältigen löst Niederlagenheitsgefühle aus und führt zu Schwierigkeiten bei der Bewältigung späterer Aufgaben (Harvighurst, 1982; zit. in Rolf Oerter & Eva Dreher, 2002, S.327).

Der Begriff **Schönheit** ist schwer definierbar und entzieht sich nach Waltraud Posch (2009) einer wissenschaftlich korrekten Definition (S.21). Wilhelm Trapp fasst die Bedeutungen von Schönheit in dem Wort „schön“ zusammen. Schön wird genannt, „worauf die Wünsche des Menschen sich richten“ (zit. in Posch, 2009, S.21).

Mit **Ideal** wird der Inbegriff der „Vollkommenheit, des Mustergültigen als höchster Wert angestrebtes Ziel“ beschrieben. Das griechische Wort Idea heisst Vorstellung, Idee (Karl-Heinz Hillmann, 2007; zit. in Posch, 2009, S.24). Ein Ideal ist also etwas „Exklusives, schwer Erreichbares, Überdurchschnittliches, Herausragendes, nicht für jeden Menschen Zugängliches“ (ebd.).

Ein **Schönheitsideal** hängt immer vom gesellschaftlich und kulturellen Kontext ab und davon wie Schönheit von den Individuen, dem unmittelbaren Umfeld, und der Gesellschaft bewertet wird (Posch, 2009, S.24f). Schönheitsideale oder Schönheitsnormen sind in der jeweiligen Zeit und Kultur als klar definierte Schönheitsstandards festzumachen. Sie sind wandelbar, da sie sich an die jeweiligen Lebensbedingungen knüpfen, und stellen immer das Seltene, das schwer Erreichbare dar. Schönheitsideale ändern sich, wenn sie von zu vielen Menschen erreicht werden können (ebd.).

Der Begriff **Körperbild** ergibt sich aus der emotionalen, visuellen und ideellen Vorstellung des Körpers. Das Bewusstsein der eigenen Körperlichkeit schliesst also alle körperbezogenen Sinneseindrücke mit ein, und beschreibt den wahrgenommenen Zustand einer Person. Wie jemand seinen Körper wahrnimmt hat mit der eigenen Akzeptanz und dem daraus folgenden Verhalten zu tun. Aus diesem Grund ist das Körperbild von Person zu Person verschieden. Man kann zwischen einem positiven, neutralen und negativen Körperbild unterscheiden (Bettina Schulte-Abel, Chiara Testera Borrelli, Christa Schär & Quinta Schneiter, 2013, S.12).

Ein **gesundes Körperbild** entsteht durch die positive Einstellung zum eigenen Körper (unabhängig von Gewicht, Körperform und Vollkommenheit), die Ablehnung unrealistischer Körperideale und gesunden Verhaltensweisen in Bezug auf die Bedürfnisse des eigenen Körpers. Das Körperbild hängt stark mit dem eigenen Wohlbefinden und der psychischen Gesundheit zusammen. Jugendliche mit einem positiven Körperbild besitzen die Fähigkeit, aus der Informationsflut der Medien, die für ihre Person fördernden und stärkenden Inhalte herauszufiltern (Schulte-Abel, Testera Borrelli, Schär & Schneiter, 2013, S.12).

**Gesundheit oder gesundheitliches Wohlbefinden**, wie es in dieser Arbeit verwendet wird, bezieht sich auf eine Weiterentwicklung der Definition der Weltgesundheitsorganisation (WHO, 1946). Mit Gesundheit wird das physische, psychische und soziale Wohlbefinden einer Person bezeichnet (Quenzel, 2015, S.47). Aus Sicht der Sozialisationstheorie nach Klaus Hurrelmann geht es um „ein Gleichgewichtsstadium“ zwischen den Anforderungen von Körper und Psyche als „innere Realität“ und sozialer und physischer Umwelt als „äussere Realität“ (Klaus Hurrelmann & Matthias Richter, 2013, S.138). Dieser Prozess geschieht während der gesamten Lebensspanne immer wieder erneut. Eine nicht gelingende produktive Realitätsverarbeitung kann eine Krankheitsdynamik auslösen (ebd.).

### **Produktive Realitätsverarbeitung**

Das Wort produktiv, wie es in dieser Arbeit verwendet wird, bezieht sich auf das Modell der produktiven Realitätsverarbeitung nach Klaus Hurrelmann (2006, S.28). Produktiv wird beschreibend für den Prozess der individuellen Verarbeitung mit den inneren und äusseren Bedingungen (Realitäten) verstanden. „Die Verarbeitung ist ‚produktiv‘, weil sie sich aus der jeweils flexiblen und individuell kreativen Anpassung“ der inneren Realität und der äusseren Realität ergibt (ebd.).

Das Wort **Peergroup** kommt aus dem Englischen und meint eine Gruppe Gleichaltriger, kurz auch Peer genannt (Gudjons, 2012). Peers haben eine enorme Bedeutung in der Entwicklung von Jugendlichen (S.138). Peer- und Partnerschaftsbeziehungen wirken sich positiv auf das gesundheitliche Wohlbefinden aus. Vertrauensvolle Beziehungen können das Wohlbefinden gerade bei Jugendlichen, die ein schwieriges Verhältnis zu den Eltern haben, steigern. Peers gelten als wichtiges Gegenüber im Prozess der Identitätsentwicklung (Quenzel, 2015, S. 23).

**Social Networks** oder auf Deutsch Soziale Netzwerke sind virtuelle Gemeinschaften. Hier können sich Menschen aus aller Welt treffen und sich über Hobbys, gemeinsame Interessen und vieles mehr austauschen. Soziale Netzwerke faszinieren Erwachsene, Jugendliche und Kinder gleichermassen. Laut der Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest nimmt die Nutzung von Social Networks bei den 12- bis 19-Jährigen einen hohen Stellenwert ein. 2014 nutzten 73% der befragten 12- bis 19-Jährigen Soziale Netzwerke (klick.safe.de, ohne Datum).

**Instagram** ist ein digitales Fotoalbum. Fotos und Videos können mit Filtern bearbeitet werden und auf Facebook, Twitter und anderen sozialen Netzwerken unmittelbar mit einer ausgewählten Personengruppe geteilt werden (klicksafe.de, ohne Datum).

**YouTube** ist ein Videoportal und heisst auf Deutsch „du sendest“. YouTube wurde entwickelt damit Nutzerinnen und Nutzer die Möglichkeit haben ihre eigenen Vi-

deos hochzuladen und mit anderen zu teilen. In den letzten Jahren entwickelte sich YouTube rasant. Die Videos werden immer zahlreicher und professioneller; die Genres gehen von Mode und Beauty über Musik, Sport, Bildung bis hin zu kommentierten Videospielen. Wer einen Internetzugang besitzt, hat die Möglichkeit, YouTube aufzurufen, und die Videos anzusehen. Mit einer YouTube App können auch auf dem Smartphone und Tablet Lieblingskanäle verfolgt, und die Inhalte mit Freunden geteilt werden. Mit einem Account können einzelne Videos abonniert werden, in denen alle Videos einer YouTuberin oder eines YouTubers zu finden sind. Angemeldete Nutzerinnen und Nutzer können eigene Videos hochladen und publizieren, sofern sie sich einen eigenen Kanal angelegt haben (klicksafe.de, ohne Datum).

## 2.2 Mädchen und Medienbilder

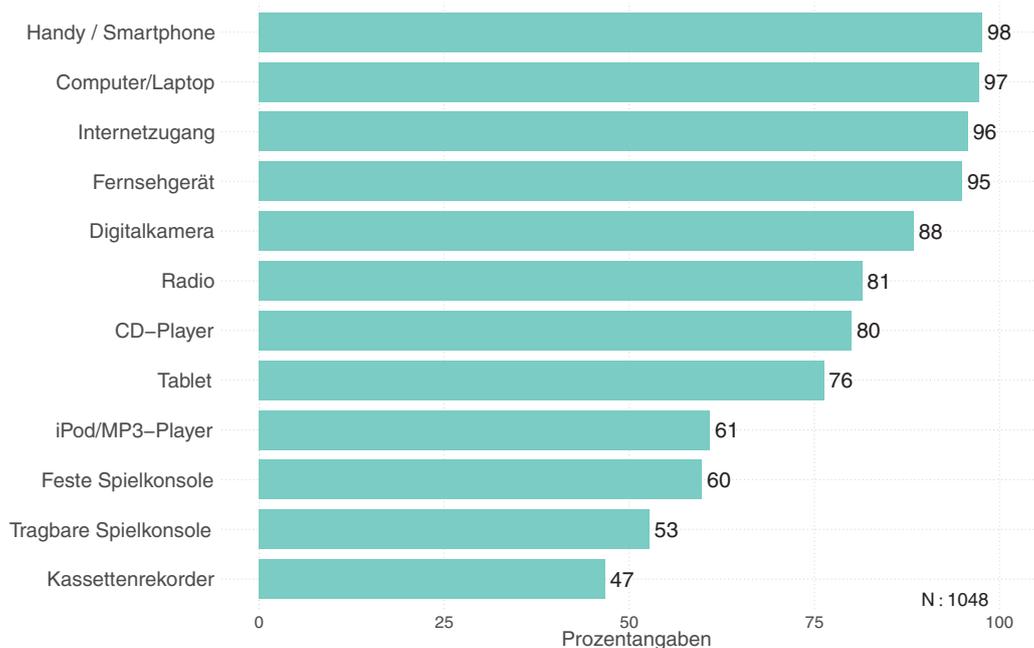
Das weibliche Schönheitsideal in den Medien ist: Gross, dünn, weiss mit relativ grossen Brüsten. Dieses Ideal wird als normal, gesund und durch genügend Einsatz, erreichbar dargestellt (Michael Levine & Kelsey Chapman, 2011; zit. in Forrester-Knauss, 2014, S.10). Medien begleiten und prägen das Aufwachsen von Mädchen im Jugendalter auf vielfältige Weise. Zu erwähnen sind hier besonders die Nutzung von Mobiltelefonen und Computern mit Internetzugang, sowie Zeitschriften, Fernseher und Videospiele.

Gemäss Nadia Kutscher (2013) spielen Medien im familien- und peerbezogenen Alltag in unterschiedlichem Masse eine Rolle. Sie

- liefern Themen und Inhalte zur Auseinandersetzung
- ermöglichen auf unterschiedlichen Kanälen Kommunikation und Zugang zu Informationen und
- eröffnen Räume und Gelegenheiten für informelle, non-formale und formale Aneignungsprozesse (S.118).

Die Private Lebensgestaltung mit sozialen Netzwerken ist für die Jugendlichen von heute selbstverständlich geworden. Diese Netzwerke sind ein zentraler Ort zur Aushandlung von Entwicklungsaufgaben, Sozialität und Individualität. Während in der Kindheit die Mediennutzung mehrheitlich durch die Eltern gesteuert wird, findet in der Jugendphase gemäss Kutscher (2013) eine „selbstgesteuerte und durch Peerbezüge geprägte Nutzung statt. Medien werden individuell oder in kollektiven Settings genutzt, haben in der Sozialisation hinsichtlich möglicher Modelle für Verhaltensweisen, für altersspezifische Themen, für Identitätsrollenentwicklung und vieles mehr Bedeutung“ (S.118).

Der Medienkonsum hat bei Jugendlichen stark zugenommen. Ein Blick in die MIKE-Studie (2015) zeigt auf, dass fast alle befragten Schweizer Kinder von 6- bis 12-Jahre Zugang zu Handy/Smartphone (98%), Computer/Laptop (97%), Internetzugang (96%) und zu einem Fernsehgerät (95%) in ihrer Wohnung haben.



**Abbildung 1:** Geräteverfügbarkeit im Haushalt (Studie MIKE, 2015, S. 24)

Wie in Abbildung 1 ersichtlich ist, hat das Handy auf Kinder eine grosse Anziehungskraft und ist das am meisten genutzte Medium der Primarschulkinder der Mike-Studie (2015). Bereits dreiviertel der 12- bis 13-Jährigen sind im Besitz eines eigenen Handys, 34% haben ein eigenes Tablet und 37% einen Internetzugang im Zimmer (S.26). Als das am meisten genutzte App nennen die Mädchen die Kommunikationsplattform WhatsApp, dicht gefolgt von Instagram und YouTube (S.40). Die durchschnittliche Nutzung des Fernsehens liegt bei 12- bis 13-Jährigen an einem typischen Wochentag bei 70 Minuten. Die Nutzung des Internets liegt im Durchschnitt bei 45 Minuten und die des Handys bei 30 Minuten (S.36).

Eine Studie von Levine und Chapman hat den Zusammenhang zwischen der aufgewendeten Zeit mit dem körperideal-vermittelnden Medienkonsum und der Unzufriedenheit von Mädchen mit ihrem Körper untersucht (Levine & Chapman, 2011; zit. in Forrester-Knauss, 2014, S.10). Zeitschriften scheinen dabei eine grössere Auswirkung auf das Körperbild von Mädchen zu haben, als das Fernsehen. In der Jugendphase ist entscheidend, mit welchen Figuren die Mädchen sich identifizieren. Emma Halliwell betont dass Jugendliche, die den Einfluss der Medien gering halten können, psychisch gesünder sind, und ein positiveres Körperbild haben, als Jugendliche mit einem höheren Medienkonsum (Halliwell, 2013; zit. in Forrester-Knauss, S.10). Eine australische Studie konnte aufzeigen, dass der Einfluss der Medien auf das Körperbild von Mädchen stärker ist als auf jenes der Jungen (Forrester-Knauss, 2014, S.10).

Aus diesem Grund wird in Präventionsprogrammen speziell die Fähigkeit des Media Literacy gefördert. Beim Media Literacy geht es um die Kompetenz, unrealistische Körperideale infrage zu stellen. Haben Mädchen diese Medienkompetenzen entwickelt, wird dadurch die Internalisierung der unrealistischen Körperbilder vermieden (Emma Bird et al., 2013; zit. in Forrester-Knauss, 2014, S.10). Gleichzeitig er-

scheint es wichtig, darauf hinzuweisen, dass Mädchen mit einem höherem Selbstwertgefühl durch die propagierten Schönheitsbilder der Medien weniger beeinflusst werden, als Mädchen mit einem niedrigeren Selbstwertgefühl (Marika Tiggermann, 2011; zit. in Forrester-Knauss, 2014, S.10).

### 2.3 Mädchen und ihr Körperbild

Schär und Weber (2015) dokumentieren die Ergebnisse einer Befragung der Gesundheitsförderung Schweiz, zum Thema „Das gesunde Körperbild der Jugendlichen in der Deutschschweiz“. In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse bezüglich der Körperzufriedenheit von Mädchen zusammengefasst dargestellt.

An der Pilotstudie nahmen 371 Schülerinnen und Schüler im Alter von 13- bis 17-Jahren teil. Die Ergebnisse zeigen folgendes Bild: 60% der Mädchen möchten schlanker sein und haben bereits eine Diät gemacht (S.9) und über 50% der 12-jährigen Mädchen sind mit ihrem Körper nicht zufrieden (S.13). Schär und Weber (2015) weisen darauf hin, dass die Adoleszenz als besonders kritische Entwicklungsphase gilt. Die körperlichen Veränderungen führen zu verstärkter Auseinandersetzung mit dem Körperbild. Jugendliche sind in der Phase zu Beginn der Pubertät von vielen Ängsten im Bezug auf den Körper begleitet (S.7). Schär und Weber betonen „Jugendliche sind in dieser Phase besonders vulnerabel“ und „ein negatives Körperbild kann dabei ungünstige Folgen für die ganze Entwicklung haben“. Wie weitere Forschungsergebnisse zeigen, kann dies zu psychischen Problemen, bis hin zu Essstörungen führen (ebd.). Zudem lassen weitere Studien vermuten, dass „sich das Körperbild der Jugendlichen in der Schweiz in den letzten Jahrzehnten noch verschlechtert hat“ (ebd.). Im Folgenden soll der Frage nachgegangen werden, wie ein gesundes Körperbild entsteht?

Ein gesundes Körperbild weist die folgenden vier Aspekte auf (Laura Avalos, Tracy Tylka & Nichole Wood-Barcalow, 2005; zit. in Schär & Weber, 2015):

- Eine positive Einstellung gegenüber dem eigenen Körper
- Der Körper wird unabhängig von Gewicht und Körperform und Unvollkommenheiten akzeptiert
- Der eigene Körper wird respektiert, indem den Körperbedürfnissen bewusst Aufmerksamkeit geschenkt und gesunde Verhaltensweisen gezeigt werden
- Der Körper wird akzeptiert, und unrealistische Darstellungen von Körperidealen aus den Medien werden abgelehnt (S.10)

Wie diese Definition aufzeigt, geht es um die subjektive Wahrnehmung des eigenen Körpers. Schär und Weber (2015) stellen dabei fest: „Je unbeeinflussbarer durch die Medien sich die Jugendlichen wahrnehmen und je weniger sie von einem schönen Körper in Bezug auf ihr Leben (Glück, Selbstwert usw.) erwarten, desto besser ist ihr Körperbild und desto höher ist ihre psychische Gesundheit“ (S.16). Die Ergebnisse der Befragung zeigen deutlich, dass Jugendliche, die den Wunsch haben ihren Körper zu verändern, zudem mehr psychische Symptome und ein geringeres Wohlbefinden aufweisen (ebd.). Auf die Entstehung des Wunsches den

eigenen Körper zu verändern und dem Idealbild zu gleichen, wird im nächsten Kapitel eingegangen.

## 2.4 Sehen und Gesehen werden

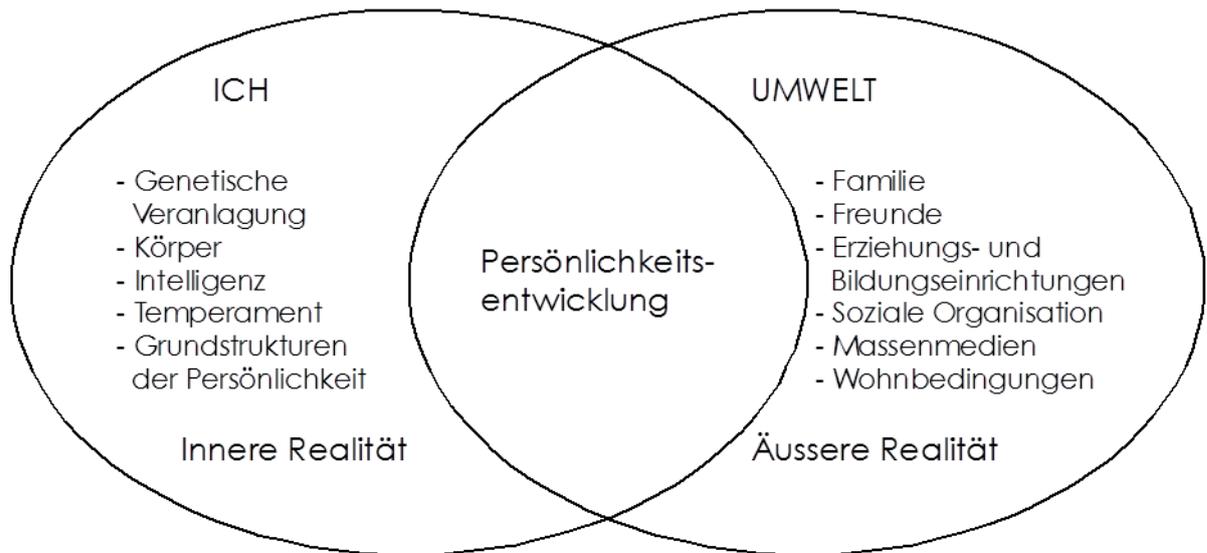
Die Betrachtungen zum Thema „Sehen und Gesehen werden – Auf dem Laufsteg der Gesellschaft“ nach Hannelore Bublitz (2006) geben einen vertieften Blick in die körpersoziologischen Abläufe beim sich Vergleichen mit Idealbildern (S.341-358).

Nach Bublitz (2006) wird der Körper vom modernen Menschen weniger als reine Arbeits- und Produktionskraft wahrgenommen, viel mehr dient er heute als Resource für Formen der Selbstdarstellung. Der heutige Körper ist ein individualisierter Körper; er ist intakt, gesund, sportlich, wohlgeformt und er stellt das Glück zur Schau, das aus dem Körper kommt. So wird der Körper zum Glücksträger als „Visuelle Visitenkarte“ und Mittel der Distinktion. Durch die Reduktion von Fettanteilen oder Muskelbildung wird die Visualisierung des Glücks am Körper messbar, und kann so mit dem Spiegel eingefangen werden. Der Spiegel dient so der Selbstkontrolle und gleichzeitig als Instrument einer Sicherheitsgesellschaft (S.357). Sicherheit sucht das Individuum durch ein sich ständiges Messen und Vergleichen. Einerseits mit seinem Spiegelbild, aber auch mit dem „idealisierten, perfekt konturierten und gestylten Model(l)körper“, der als Projektionsfläche für Vollkommenheit dient. Die Schönheitsindustrie nutzt dies indem sie den Körper „in einen mangelhaften Körper“ verwandelt und ihn so zum Gegenstand des Begehrens nach Vollkommenheit und zum Investitionsobjekt macht (S.357f).

Zusammenfassend lässt sich für diese Arbeit festhalten, dass der sich ständig wiederkehrende Vergleich mit Idealbildern eine Suche nach Sicherheit darstellt. Der Spiegel dient so zur Selbstkontrolle und zum Vergleich mit den idealisierten Körperbildern. Für Mädchen ist die Adoleszenz eine Phase der Neuorientierung mit dem sich verändernden Körper. Das „sich Spiegeln“ dient als ständige Orientierung in der Auseinandersetzung mit den eigenen Vorstellungen und denen der Umwelt. Dieser Entwicklungsprozess wird im Modell der produktiven Realitätsverarbeitung noch vertieft erläutert.

## 2.5 Modell der produktiven Realitätsverarbeitung

Mädchen lernen in einem ständigen Aushandlungsprozess, zwischen ihren eigenen physischen und psychischen Bedürfnissen und den gesellschaftlich vermittelten sozialen und materiellen Normen, ihre eigene Identität zu entwickeln. Das Hineinwachsen in die soziale Gesellschaft und die gleichzeitige ICH-Identitätsentwicklung ist ein Sozialisierungsprozess (Hurrelmann, 2010, S.133) der fortlaufend, unabhängig vom Alter durchlaufen wird. Es geht um eine produktive Auseinandersetzung, eine selbsttätige Aushandlung, zwischen der inneren Realität (ICH) und der äusseren Realität (UMWELT), wie Abbildung 2 zeigt.



**Abbildung 2:** Modell der produktiven Realitätsverarbeitung nach Klaus Hurrelmann (eigene vereinfachte Darstellung).

Beim Betrachten von Schönheitsidealen stehen die inneren Bedürfnisse des Körpers und der Psyche den Anforderungen der sozialen und materiellen Umwelt gegenüber. Die Auseinandersetzung mit dem Schönheitsbild bedingt von Mädchen eine Koordinationsleistung und Wahrnehmung der eigenen Bedürfnisse. Es geht darum, Spannungen auszuhalten, auszugleichen oder aktiv zu bearbeiten (Quenzel, 2015, S. 25ff). Eine produktive Realitätsverarbeitung ist dann erfolgt, wenn ein Mindestmass an Spannung ausgehalten wird. Das Individuum schützt sich so vor einer vollständigen Bestimmung durch die Anforderungen der sozialen und materiellen Umwelt (Hurrelmann, 2010, S.133). Die Suche nach Vereinbarkeitmöglichkeiten der eigenen physischen, psychischen und sozialen Bedürfnisse mit den Anforderungen der Umwelt ist ein dynamischer Prozess der Persönlichkeitsentwicklung. Ein Hineinwachsen in die Gesellschaft und die gleichzeitige ICH-Identitätsentwicklung setzt voraus, dass die Werte und Normen einer Gesellschaft bekannt sind. Wichtige Vermittler von normativen Erwartungen sind; die Familie, die Peergroup, die Schule und die Medien (Quenzel, 2015, S.26). Im Bezug auf Mädchen gilt es anzumerken, dass eine ICH-Identitätsentwicklung eine Auseinandersetzung mit kultur-, geschlechts- und schichtspezifischen Erwartungen und gesellschaftlichen Zielvorgaben bedingt (S.26f). Im Idealfall werden dabei Kompetenzen entwickelt, die Mädchen dazu befähigen, eine autonome ICH-Struktur aufzubauen. Als selbstständige, handlungsfähige Individuen können Mädchen sich dadurch als Mitglied einer Gesellschaft in die soziale Umwelt integrieren (Hurrelmann, 2010, S.133). Das Jugendalter stellt dabei spezielle Herausforderungen, diese werden in den folgenden Kapiteln detailliert dargestellt.

## 2.6 Entwicklungsaufgaben

Die Herausforderungen, welche es im Jugendalter zu bewältigen gilt, werden am Modell der Entwicklungsaufgaben aufgezeigt. In diesem Theorieteil zu den Entwicklungsaufgaben, wird bewusst die Verallgemeinerung der Begriffe Jugendliche und Jugendalter verwendet.

### 2.6.1 Entwicklungsaufgaben nach Robert J. Harvighurst

Das Konzept der Entwicklungsaufgaben geht auf Robert J. Harvighurst zurück (Harvighurst, 1982; zit. in Oerter & Dreher, 2002). Er geht davon aus, dass es für jede Entwicklungsaufgabe eine optimale Zeitspanne gibt, welche für diesen Lernprozess besonders geeignet ist. Eine Verzögerung kann bedeuten, dass der Lernprozess mit einem grösseren Aufwand, einer externen Hilfestellung oder geringerem Erfolg einhergeht. Nach diesem Konzept ist es massgebend, dass es den Kindern im Schulalter gelingt, ihre altersspezifischen Entwicklungsaufgaben erfolgreich zu bewältigen (S.327).

In der Adoleszenz (13 - 17 Jahre) erwartet die Gesellschaft die Bewältigung der folgenden Entwicklungsaufgaben:

- Aufbau eines Freundeskreises
- Akzeptierung der körperlichen Veränderungen und des eigenen Aussehens
- Aufnahme enger/intimer Beziehungen
- Ablösung vom Elternhaus
- Orientierung auf Ausbildung und Beruf
- Entwicklung von Vorstellungen bezüglich Partnerschaft und Familie
- Gewinnung von Klarheit über sich selbst
- Entwicklung einer eigenen Weltanschauung und Entwicklung einer Zukunftsperspektive
- Entwicklung sozial verantwortlichen Verhaltens (ebd.)

Dabei tragen nicht nur die Gesellschaft, und die gesellschaftliche Anforderungen, Entwicklungsnormen an den Jugendlichen heran. Auch die unmittelbaren Bezugspersonen wie Familie, Peers und Lehrpersonen setzen Normen für die Bewältigung der Lernaufgaben (Oerter & Dreher, 2002, S.375). Gleichzeitig geht es auch um „Gesellschaftlichen Normen und Rollenvorschriften“ (Hans-Werner Wahl et al, 2008; zit. in Quenzel, 2015, S.30), die in der heutigen individualisierten Gesellschaft eine grosse Rolle spielen (Anmerkung der Autorinnen). Für Jugendliche heisst das, sie müssen die an sie gestellten Rollenerwartungen und Normen erfüllen oder einen Weg für sich finden, damit umzugehen, ohne diese zu erfüllen (ebd.). Für Jugendliche in der Adoleszenz sind Entwicklungsaufgaben Meilensteine in ihrer Entwicklung. Dabei üben die Erwartungen der Gesellschaft und des Umfelds einen sehr hohen Druck auf sie aus. Zusätzlich können Schwierigkeiten in der Bewältigung der Entwicklungsaufgaben zu Problemen werden, wenn die Jugendlichen keine Strategien zur Verfügung haben (Oerter & Dreher, 2002, S.327).

## 2.6.2 Modell der Entwicklungsaufgaben nach Gudrun Quenzel

Das Modell der Entwicklungsaufgaben nach Havighurst wurde mehrfach weiterentwickelt. Beobachtungen haben gezeigt, dass sich Entwicklungsaufgaben heute zeitlich viel breiter gestalten. Die meisten der dem Jugendalter zugeordneten Entwicklungsaufgaben nach Havighurst sind bereits im Alter von 14 Jahren, von der Mehrheit der Jugendlichen, gut und erfolgreich abgeschlossen. So werden die Entwicklungsaufgaben „Aufbau von Freundschaften zu Peers“ und „die Entwicklung einer Autonomie von den Eltern“ heute relativ früh von den Jugendlichen angegangen. Hingegen hat sich die „Orientierung in Beruf und Arbeit“, durch die vielseitigen Möglichkeiten von Schulabschluss und Berufsbildung, zeitlich nach hinten verlagert. Im Modell von Hurrelmann und Quenzel (2012; zit. in Quenzel, 2015, S. 35) wurden die Entwicklungsaufgaben daher neu in vier Bereiche zusammengefasst. Diese lauten:

- Aufbau sozialer Bindungen
- Qualifizieren
- Regenerieren
- Partizipieren

Quenzel arbeitet den Aspekt des „Akzeptierens der körperlichen Veränderungen“ heraus und stellt fest, dass dieser bei allen Entwicklungsaufgaben (mit)bearbeitet wird (S. 35).

Folgend werden die einzelnen Entwicklungsschritte nach Quenzel (2015), welche in Abbildung 3 ersichtlich sind, beschrieben.

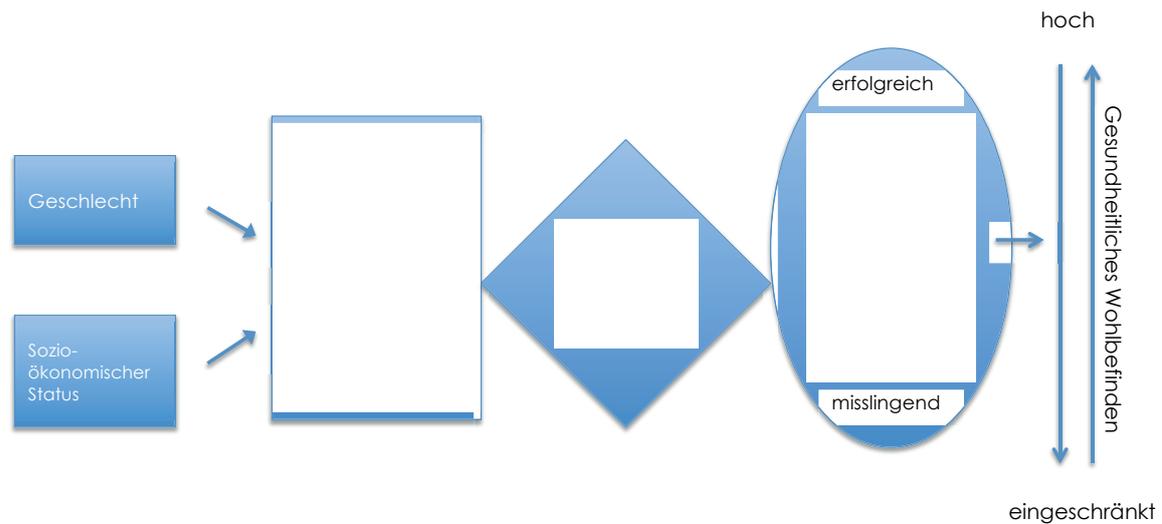
Der Bereich **Aufbau sozialer Bindungen** beinhaltet den Aufbau von Freundschafts- und Partnerschaftsbeziehungen zu Gleichaltrigen. Sowie, ein sich nach und nach von den emotionalen Bindungen zu den Eltern und anderen Erwachsenen lösen.

**Qualifizieren** umfasst den Erwerb der schulischen und beruflichen Bildung, sowie den Einstieg in den Arbeitsmarkt, um finanziell unabhängig zu werden.

Mit **Regenerieren** ist die Erarbeitung von Strategien zur Entspannung und Erholung, sowie der finanzielle und emotionale Umgang mit den vielfältigen Freizeit- und Konsumangeboten gemeint.

Der Bereich **Partizipieren** beinhaltet die Entwicklung einer eigenen Wertorientierung und darauf aufbauend, das Mitwirken an relevanten Entscheiden im sozialen Nahraum, in der Zivilgesellschaft und in politischen Institutionen (S.146).

Für Jugendliche ist die Bewältigung von Entwicklungsaufgaben eine kognitive und emotionale Herausforderung. Gleichzeitig sind die körperlichen Veränderungen für sie mit einer grossen psychischen Anpassungsleistung verbunden. Die Herausbildung der „neuen“ Geschlechtsidentität und das **Akzeptieren der körperlichen Veränderungen** beeinflussen alle Entwicklungsaufgaben (S.146ff) wie Abbildung 3 zeigt.



**Abbildung 3:** Entwicklungsaufgaben und Gesundheit (eigene Darstellung auf der Basis von Quenzel, 2015, S.155).

Ein Jugendlicher muss in seinen veränderten Körper hineinwachsen und ihn sich Stück für Stück aneignen. Diese Auseinandersetzung wird durch die idealisierten Körperpräsentationen in den Medien genauso geprägt, wie durch die Blicke und Bemerkungen der Peers (Quenzel, 2015, S.67). Gerade bei Mädchen in der Adoleszenz kann eine Tendenz zum „Unwohlfühlen im eigenen Körper“ festgestellt werden. Ein Zusammenhang mit der stärkeren Thematisierung und Objektivierung des weiblichen Körpers in den Medien und im Alltag wird vermutet (ebd.).

### 2.6.3 Faktoren für die Bewältigung von Entwicklungsaufgaben

Faktoren wie Wissen, Ressourcen, Intrarollenkonflikt, Wechselwirkungen und Person-Rolle-Konflikt wirken sich auf die Bewältigung der Entwicklungsaufgaben aus (siehe Abbildung 3). Besondere Beachtung ist hierbei den Risikofaktoren in der Bewältigung zuzuschreiben, sie werden im Folgenden erläutert.

#### **Mangel an Wissen**

Den körperlichen Veränderungen in der Pubertät folgt die Entwicklung einer „neuen Rolle“. Spezifisches Wissen über den sich verändernden Körper kann auch bei der Aneignung des eigenen Körpers helfen. Quenzel (2015) merkt dazu an: „Auffällig ist ein Mangel an expliziten Instruktionen, wie sich die Reaktionen aus dem Umfeld verarbeiten lassen und wie der Umgang mit den körperlichen Veränderungen produktiv gestaltet und der Körper positiv erfahren werden kann“ (S.67). Ebenso fehlt vielen Jugendlichen das Wissen, wie eine erfolgreiche Bewältigung auch in den anderen Entwicklungsaufgaben erreicht werden kann. Dies betrifft im Besonderen die Aufgabe „Qualifizieren“ mit den schulischen Herausforderungen und „Regenerieren“ mit den Herausforderungen im Freizeitverhalten.

## **Geringe Ressourcen**

Probleme bei der Bewältigung von Entwicklungsaufgaben zeigen sich insbesondere bei Jugendlichen mit geringen persönlichen und sozialen Ressourcen. Diese zeigen sich in folgenden Aspekten:

- das Verhältnis zu den Eltern
- die Persönlichkeitsstärke
- die Bindungsfähigkeit
- die Konfliktbewältigungskompetenz
- der Umgang mit eigenen Wünschen und Bedürfnissen
- die Bewältigung der körperlichen Veränderungen
- bei der Entwicklung der Geschlechtsidentität
- beim Aufbau von vertrauensvollen Freundschaften (Quenzel, 2015, S.151)

Die materiellen Ressourcen sind bei der Bewältigung der Entwicklungsaufgaben „Qualifizieren“ und „Partizipieren“ nach Quenzel (2015) bedeutsam. So zeigt sich, dass „Schülerinnen und Schüler aus unterprivilegierten Verhältnissen häufiger Probleme mit dem Erwerb von Bildungstiteln aufweisen und über deutlich weniger Partizipationsmöglichkeiten verfügen“ (ebd.). In diesem Zusammenhang merkt Quenzel (2015) an, „wie stark die Bewältigungsbedingungen bei allen Entwicklungsaufgaben vom sozioökonomischen Status geprägt sind“ (S.152).

## **Intrarollenkonflikt**

Divergierende Erwartungen aus dem Umfeld können einen Intrarollenkonflikt auslösen und so die Bewältigung der Entwicklungsaufgaben erschweren.

Bei Mädchen kann festgestellt werden, dass die Anpassung an soziale Normvorstellungen oder an die Erwartungen der Peers eine echte Herausforderung darstellt. Dies vor allem dann, wenn die Erwartungen im Gegensatz zu den eigenen Bedürfnissen stehen. Die medialen Körperpräsentationen, können Jugendliche unter Druck setzen und so der Akzeptanz körperlicher Veränderungen zu wiederlaufen. Hier sei auch erwähnt, dass die eigene idealisierte Vorstellung von Weiblichkeit in der Phase der körperlichen Veränderungen eine weitere Anpassungsleistung fordert (S.152).

## **Negative Wechselwirkungen**

Erschwerend für die Bewältigung sind die Wechselwirkungen zwischen den Entwicklungsaufgaben. Wenn zum Beispiel der Entscheid sich in der Schule stärker einzubringen (Qualifizieren) von der Peer (Aufbau sozialer Beziehungen) nicht geteilt wird, kann dies zu einem Ausschluss aus der Gruppe führen (S.154). Auch wird die Bewältigung der einzelnen Entwicklungsaufgaben dadurch erschwert, wenn die Erwartungen, die damit verbunden sind, sich nicht miteinander vereinbaren lassen (ebd.).

## Person-Rolle-Konflikt

Vom Person-Rolle-Konflikt kann geredet werden, wenn eine Person mit den Anforderungen an eine Rolle oder Entwicklungsaufgabe überfordert ist. Das kann sein, weil sie die erforderlichen Eigenschaften (noch) nicht hat, oder wenn die sozialen Erwartungen nicht als persönliche Lebensziele übernommen werden können (154f). Dies kann zum Beispiel bei einer temporären Schulverweigerung der Fall sein.

Für eine erfolgreiche Bewältigung der altersspezifischen Entwicklungsaufgaben müssen nach Quenzel ausreichend physische, psychische, soziale und materielle Ressourcen zur Verfügung stehen (2015, S.162). Sie merkt dazu an, dass die im Sozialisationsprozess zu bewältigenden Herausforderungen auch geschlechts- und schichtspezifisch geprägt sind (Abbildung 3). Dies kann auch ein wichtiger Hinweis für die „Entstehung von geschlechts- und schichtspezifischen gesundheitlichen Ungleichheiten im Lebenslauf“ geben (S.166). Wie bereits erwähnt, führt eine erfolgreiche Lösung der Entwicklungsaufgaben zu positiven Emotionen. Das Nichtbewältigen löst Niedergeschlagenheitsgefühle aus und führt zu Schwierigkeiten bei der Bewältigung späterer Aufgaben (Harvighurst, 1982; zit. in Oerter & Dreher, 2002, S.327). Dies wirkt sich auf das gesundheitliche Wohlbefinden aus, wie in der Abbildung 3 zusammenfassend dargestellt ist.

### 2.6.4 Körperzufriedenheit und gesundheitliches Wohlbefinden

Im Kapitel Entwicklungsaufgaben wurde der Zusammenhang zwischen der Bewältigung von Herausforderungen im Jugendalter und dem körperlichen Wohlbefinden aufgezeigt. Die Studie der Gesundheitsförderung Schweiz (Schär & Weber, 2015) zeigt ebenfalls ein Einfluss der Körperunzufriedenheit von Jugendlichen auf ihre Gesundheit (siehe Kapitel 2.3). Zusammenfassend lässt sich festhalten, je besser das Körperbild von Jugendlichen ist, desto höher ist ihre psychische Gesundheit (S.26), oder je besser die Entwicklungsaufgaben bewältigt werden, desto grösser ist das gesundheitliche Wohlbefinden der Jugendlichen. Es gilt aber zu beachten, dass den Jugendlichen ungleiche physische, psychische, soziale und materielle Ressourcen zur Bewältigung ihrer Entwicklungsaufgaben zur Verfügung stehen (ebd.). Mathias Richter (2008) betont, wie „soziale Benachteiligung im Kindes- und Jugendalter ... gesundheitliche Benachteiligungen nach sich ziehen“ können. Dies kann einen bedeutenden Einfluss auf die gesundheitliche Entwicklung im späteren Leben haben (S.17ff). Auch deutet dies auf unterschiedliche gesundheitliche Ausgangslagen von Jugendlichen hin. Diese sollen im folgenden Kapitel genauer betrachtet werden.

## 2.7 Gesundheitliche Ungleichheit

Im vorausgehenden Text konnte aufgezeigt werden, welche Faktoren zu einem gesundheitlichen Wohlbefinden beitragen können. Die gesundheitliche Ungleichheit im Lebenslauf von Kindern und Jugendlichen sticht dabei heraus, und wird folgend in Bezug zur Sozialen Arbeit näher beleuchtet.

Stephan Sting (2013) zeigt auf, dass das Bild der gesunden Jugend brüchig geworden ist. Stress, Übergewicht, Essstörungen, Unfälle, psychische Probleme oder riskanter Substanzkonsum werden in diesem Zusammenhang erwähnt. Die HSBC - Studie („Health Behaviour in School Aged Children“) stellt seit den 1980er Jahren bei den 15-jährigen Mädchen und Jungen in Europa eine Verschlechterung des subjektiven Gesundheitszustandes fest. Sting (2013) merkt an:

Diese Entwicklung wird als Indikator für generelle Schwierigkeiten und Gefährdungen des Aufwachsens in der heutigen Gesellschaft betrachtet, vom Umgang mit Medien und veränderten Ernährungsgewohnheiten über den wachsenden Leistungsdruck bis zum Wandel der Familie und zur expandierenden Armutproblematik. (S.177)

Gleichzeitig belegen die Daten zur gesundheitlichen Ungleichheit nach String, dass soziale Belastungen und Probleme eine Indikatorfunktion bei der Gesundheit der Jugendlichen einnehmen. Es besteht ein Zusammenhang zwischen sozialer und gesundheitlicher Ungleichheit (S.187). Gemäss Sting zeigt dies, „dass die Bearbeitung der gesundheitlichen Fragestellung eine komplexe gesamtgesellschaftliche Aufgabe darstellt, bei der auch die Zugänge der sozialen Arbeit relevant sind“ (ebd.). Besteht eine Diskrepanz zwischen den „gesellschaftlich kursierenden Körperbildern und Lebensstilvorgaben und der eigenen Erfahrung des Scheiterns“ so führt dies nicht nur zu psychischen, sondern auch zu soziologisch rekonstruierbaren Reaktionen des Widerstands oder der Verweigerung. Zum Beispiel bei Essstörungen sind die Indikatoren nicht nur beim Individuum, sondern auch immer in der Gesellschaft zu sehen (S.188).

Heiner Keupp (2000) spricht von einer „Demoralisierung“ von sozial benachteiligten Jugendlichen. Die „Optionsgesellschaft“ verbindet heute vielfältige Möglichkeiten zur Lebensgestaltung mit der Zuschreibung der Verantwortung an das Individuum. Auffallend hierzu ist, dass gleichzeitig in den unteren Schichten eine Verknappung von Bewältigungsressourcen erkennbar ist, während vielfältige Chancen für die höheren Schichten gelten. Dies führt zu einem erhöhten Gesundheitsrisiko bei den Unterschichten (S.23f). Was diese Chancenungleichheit für die Profession der Sozialen Arbeit heisst, wird im folgenden Kapitel näher erörtert.

### 2.7.1 Ausgleichende Gerechtigkeit ein Konzept der Sozialen Arbeit

Eine ausgleichende (solidarische) Gerechtigkeit, als Gegenkonzept zur sozialen Ungleichheit, bildet nach Beat Schmocker (2011) einen Grundsatz für die Soziale Arbeit (S.28). Sting (2013) benennt dies wie folgt:

Soziale Arbeit, die auf eine generelle Verbesserung der Lebensbewältigung, auf die Erweiterung von Teilhabechancen und auf die Bereitstellung von Gelegenheiten zum Erwerb von sozialer Anerkennung zielt, kann in diesem Kontext durchaus Ansätze zur Verbesserung der gesundheitlichen Situation liefern. (S.189)

Ein Blick in den Berufskodex der sozialen Arbeit (AvenirSocial, 2010), den ethischen Richtlinien für das berufliche Handeln der Sozialen Arbeit, vertieft diese Aussagen. Die Professionellen der Sozialen Arbeit verfolgen nach Schmocker (2011) Ziele die sich an folgenden Grundsätzen orientieren:

- die Achtung des Mensch-Seins
- die Achtung der Menschenwürde
- die Achtung der Menschenrechte
- die Sorge um entsprechende bedürfnis-, menschen- und sozialgerechte Sozialstrukturen
- die Entwicklungsmöglichkeiten für die aktuellen und künftigen Generationen (S.20)

Mit Blick auf die Jugendlichen ist das Ziel eine gute Bewältigung der Entwicklungsmöglichkeiten. Dabei spielt das körperliche, psychische und soziale Wohlbefinden der Individuen eine zentrale Rolle. Das Wohlbefinden oder „well-being“ wird nach International Federation of Social Workers (IFSW, 2007) definiert als „Glücklich sein“ oder „Ganz-Mensch-sein-können“ immer aus der Sichtweise der Betroffenen, also subjektiv und persönlich (zit. in Schmocker, 2011, S.29). Für die Professionellen der Sozialen Arbeit bedeutet dies: Um den jeweiligen Problembereich erfassen zu können, muss systematisches Wissen generiert werden. Durch Reflexion und Evaluation können spezifische Methoden fortlaufend verfeinert und entwickelt werden; mit dem Ziel soziale Probleme abzufedern, und eine nachhaltige Mitgestaltung einer menschengerechten Gesellschaft zu ermöglichen (S.20).

### 2.7.2 Professionelle der Sozialen Arbeit in der Gesundheitsförderung

Wie sich die Professionellen der Sozialen Arbeit für gesundheitliche Gleichheit, also in der Gesundheitsförderung positionieren können, führt Sting (2015) wie folgt aus: Die Soziale Arbeit soll ihre Mitwirkung an der Gesundheitsförderung nicht darauf beschränken, Türöffner zu „schwer erreichbaren Zielgruppen“ zu sein. Stattdessen sollte sie ihre eigenen Potenziale zur Gesundheitsförderung reflektieren und sich eigenständige Zugänge zur Bearbeitung gesundheitlicher Fragen erschließen (S.192f). Weiter weist Sting darauf hin, dass die Soziale Arbeit in ihrem Berufsfeld durchaus zur Gesundheitsförderung bei Jugendlichen beitragen kann. Dazu ist es wichtig, die gesundheitsbezogenen Zielbestimmungen „mit ihrer Eigenlogik in eine sozial reflexive körper- und gesundheitsbezogene Bildungsarbeit“ zu transformieren (S.194). Damit Sozialarbeitenden diese spezifische Bildungsarbeit entwickeln können, bedingt es einem vielseitigen Grundlagenwissen. Die vorliegende Forschungsarbeit kann einen Beitrag dazu leisten.

Das generierte Fachwissen in Kapitel 2 gibt einen Einblick in die Lebenswelt von Mädchen und ihre Auseinandersetzung mit Körperidealen aus den Medien. Aufgrund der Fakten aus Studien kann von einer starken Beeinflussung durch die Medien auf die Körperzufriedenheit von Mädchen ausgegangen werden. Die folgenden Kapitel drei bis sieben widmen sich der Dokumentation der Forschung und bilden den Schwerpunkt dieser Arbeit.

### 3 Methodisches Vorgehen

In diesem Kapitel wird zuerst das Ziel und dann die Fragestellungen der vorliegenden Forschungsarbeit erklärt. Anhand einer Grafik wird dann das Forschungsdesign dargestellt. Weiter werden die angewendeten Methoden erläutert und begründet. In einem letzten Schritt werden die Herangehensweise, das Erhebungsverfahren, die Datenaufbereitung und die Auswertung der gesammelten Daten beschrieben.

#### 3.1 Forschungsziel

Das theoretische Wissen, welches dieser Arbeit zugrunde liegt, haben sich die Autorinnen durch das Lesen zahlreicher Literaturnachweise angeeignet. Nach einer anfänglich relativ breiten Suche, haben die diversen Studien der Gesundheitsförderung Schweiz ihre Aufmerksamkeit gewonnen. Diese Studien haben die theoretische und die faktische Grundlage für die vorliegende Arbeit und das Finden einer geeigneten Forschungsfrage angestoßen. Die Autorinnen erforschen wie Bilder von Körperidealen den Alltag von Mädchen zwischen 12 und 16 Jahren prägen und wie ihr Umgang damit ist. Die Aussagen der Mädchen sollen Praxiswissen generieren und aufzeigen wo sich ein Handlungsbedarf für die Soziale Arbeit ergibt.

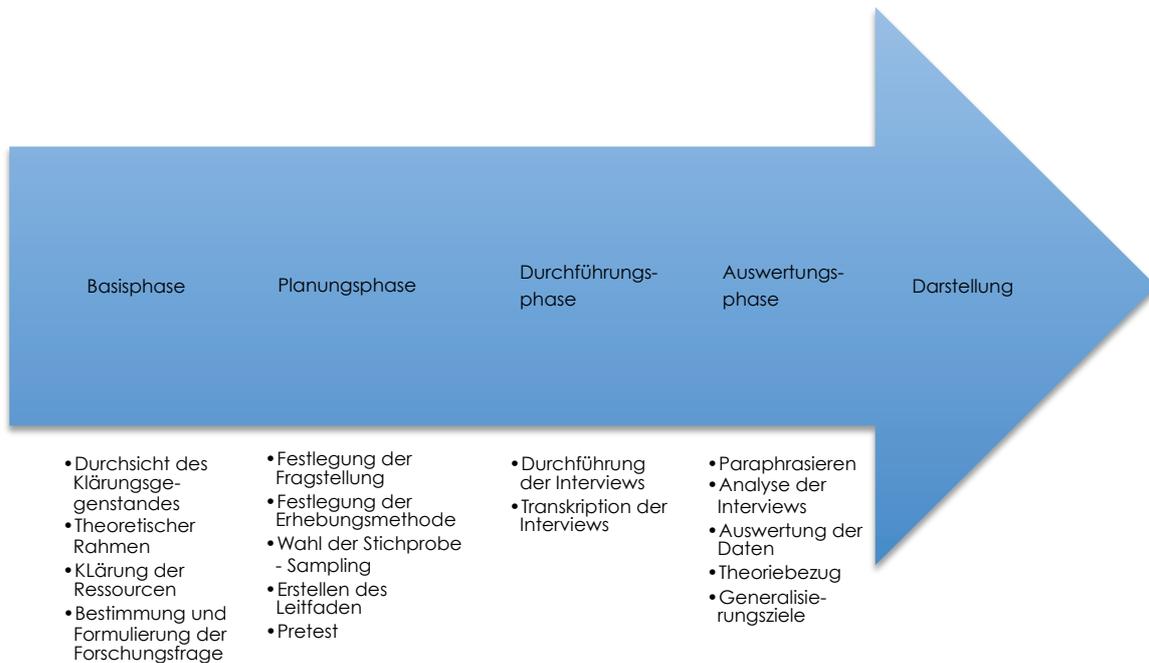
#### 3.2 Qualitative Forschung

In der vorliegenden Forschungsarbeit wurden die Daten qualitativ erhoben. Qualitative Forschung ist nach Horst Mayer (2013) induktiv; das heisst, von beobachteten Einzelfällen wird auf allgemeingültige Theorien geschlossen (S.24). Generell kann gesagt werden, dass in der qualitativen Forschung gezielt Fälle ausgewählt werden und diese zu Verallgemeinerungen und zu Theorien führen (Uwe Flick, 2009, S.25f). Die qualitative Forschung zielt also darauf ab, den subjektiv gemeinten Sinn des untersuchten Themas, aus der Perspektive der Beteiligten, zu erfassen (ebd.). Die Autorinnen interessierte die Perspektive der Studienteilnehmerinnen, deshalb wählten sie diese Forschungsmethode aus. Dabei waren die Grundsätze von Philipp Mayring (2016) für sie wichtig (S.19ff):

- die starke Subjektbezogenheit
- die Betonung der Beschreibung und der Interpretation der Forschungssubjekte
- die Durchführung der Untersuchung in einer alltäglichen Umgebung

#### 3.3 Forschungsdesign

Unter einem Forschungsdesign versteht Heinz Reinders (2012) eine Art Checkliste, welche alle wichtigen Schritte einer Forschungstätigkeit enthält (S.41). Die Autorinnen haben sich für bestimmte Methoden entschieden und ihre Herangehensweise mittels eines Forschungsdesigns skizziert. Es erleichterte ihnen das Planen der einzelnen Schritte und lenkte ihre Vorgehensweise. Sie stellen das Forschungsdesign ihrer Bachelor-Arbeit grafisch in der folgenden Form dar.



**Abbildung 4:** Forschungsdesign (eigene Darstellung).

### 3.4 Planungsphase

Dieses Kapitel beschreibt die angewendeten Methoden. Es erklärt die einzelnen Schritte und Überlegungen, sowie die Planung der Datenerhebung.

#### 3.4.1 Gruppeninterviews

Für Mayring (2016) spielt bei der Erhebung der Daten einer qualitativen Forschung, der verbale Zugang - das Gespräch - eine zentrale Rolle. Die Subjekte müssen selbst zur Sprache kommen. Sie sind Expertinnen und Experten für ihre Gedanken und deren Bedeutung (S.66). Dazu stehen zahlreiche Verfahren zur Verfügung. Die Methode der Gruppendiskussion sprach den Autorinnen zu, weil sie erfasst, gemäss Mayring (2016), „alltägliche Sinnstrukturen, die in sozialen Situationen entstehen, sich verändern und das Denken, Fühlen und Handeln beeinflussen“ (S.78). Für Ralf Bonsack (2000) sind bei Gruppeninterviews die parallelen Antworten, die öffentliche Auseinandersetzung und das Aushandeln einer informellen Gruppenmeinung von Bedeutung (S.369f). Die Autorinnen wählten auch diese partizipative Form der Datenerhebung, weil sie nicht nur die einzelnen Meinungen der Mädchen ermitteln wollten. Ihnen war es wichtig, die Interaktionen in der Gruppendiskussion zu beobachten, um dabei zu erfahren, wie die Mädchen zu kollektiven Einstellungen gelangen. Aufgrund dieser Aspekte, haben die Autorinnen befreundete Mädchen (Mitglieder von Realgruppen) interviewt, weil diese, nach Brigitte Liebig & Iris Nentwig-Gesemann (2009), durch vergleichbare Erfahrungen und eine gemeinsame Handlungspraxis verbunden sind (S.105). Sie erhofften sich dadurch inhaltsträchtigeren Daten.

### 3.4.2 Auswahl der Zielgruppe

Unter Sampling versteht Marius Metzger (2009) die Regeln, die eingesetzt werden, um eine Stichprobe aus einer Grundgesamtheit bilden zu können (S.1). Eine qualitative Sozialforschung zielt darauf, einen möglichst repräsentativen Einblick zu geben. Daher werden Personen aus einer grösseren Personenmenge gezielt zur Befragung ausgewählt (Reinders, 2012, S.115). Um den Erkenntnisgewinn zu steigern, steht das Prinzip der Varianzmaximierung in Vordergrund (Michael Q. Patton, 1990; zit. in ebd. S.172f.). Dem zufolge werden bei der Planung der Untersuchung möglichst relevante Variable bestimmt. Die Autorinnen haben aufgrund theoretischer Überlegungen wenige horizontale und vertikale Kriterien definiert. Diese sollten folgende Unterschiede „Kontraste“ überprüfen: Stadt/Land, Alterskategorien und Schultypen. Sie wollten nur Mädchen befragen, Maren Zeller (2009) sieht einen Vorteil in der Beschränkung auf ein geschlechtsspezifisches „Sample“, weil so Differenzen innerhalb eines Geschlechtes aufgezeigt werden können (S.203). Die Autorinnen haben befreundete Mädchen eingeladen, damit deren Vertrautheit eine möglichst grosse Offenheit begünstigt. Die Mädchen sollten freiwillig teilnehmen und selbst entscheiden können, wer an den Interviews teilnimmt. Die Wahl der Stichprobe erfolgte dem zufolge nicht nur deduktiv, sondern ebenfalls durch Selbstaktivierung der befragten Mädchen (Reinders, 2012, S.119f). So konnte einer der Nachteile einer rein deduktiven Stichprobe, die stark vom Vorwissen der Autorinnen abhängig wäre, verhindert werden (S.116).

### 3.4.3 Entwicklung des Leitfadens

Die Gruppeninterviews wurden mittels eines Leitfadens geführt. Ein Leitfaden ist für Reinders (2012) ein flexibles Instrument, das der inhaltlichen Strukturierung dient und der jeweiligen Situation angemessen angepasst wird (S.128). Die Autorinnen entwickelten einen Leitfaden, der den zentralen Prinzipien qualitativer Forschung entsprach. Er enthielt offene Fragen und war nahe an der alltäglichen Sprache der Beteiligten (ebd.). So könnten viele narrative Elemente aus den Aussagen der Teilnehmerinnen generiert werden (S.56). Auch sollte der Leitfaden die Gespräche strukturieren und so lenken, dass die Fragestellung beantwortet werden konnte. Die Strukturierung der Fragen nahm im Verlauf des Gesprächs zu; die konkreten Antworten fokussierten auf dieses Ziel (S.138f).

Der Leitfaden beinhaltete acht offene Fragen, diese waren in die drei folgenden Themenbereiche gegliedert, welche die drei Unterfragen beantworten sollten:

- Fragen um zu erfahren, welche Schönheitsideale den Alltag der Mädchen prägen.
- Fragen zur Wirkung von Schönheitsidealen auf die Mädchen, zu ihren daraus resultierenden Handlungen und Strategien im Umgang damit.
- Fragen um zu erfahren, was den Mädchen im Umgang mit dem Thema Schönheit hilft?

Die drei Farbnancen kennzeichnen diese drei Themenbereiche. Sie dienen der Orientierung während der ganzen Arbeit.

Jedes Thema wurde mit einer Leitfrage eingeleitet; diese sollte zum Erzählen anregen. Danach folgten „Aufrechterhaltungsfragen“, die den Erzählfluss erhielten, ohne neue Themen vorzugeben. Nach Bedarf konnte bei Unklarheiten nachgefragt werden. Hier ein Beispiel dafür:

Leitfrage	Aufrechterhaltungsfrage	Nachfrage
Was geht euch durch den Kopf, wenn ihr Bilder von „super schönen“ Frauen seht?	Was habt ihr dabei gefühlt?	Kommt es oft vor?

#### 3.4.4 Pretest

Die Durchführung eines Pretests soll gemäss Mayring (2016) den vorbereiteten Leitfaden auf seiner Tauglichkeit prüfen (S.45). Die Autorinnen wollten in erster Linie überprüfen, ob ihre Fragestellung mit den Antworten der Mädchen deutlich beantwortet werden kann. Weiter testeten sie mit dem Pretest die Formulierung der Fragen, ihre Reihenfolge und ob sie damit das Interesse der Mädchen wecken können. Eine Autorin konnte eine Gruppe Mädchen aus ihrer Umgebung zum Testdurchlauf gewinnen. Das Interview verlief ohne Zwischenfälle. Der Ablauf dieses Gesprächs wird im Kapitel 4.1 ausführlich beschrieben. Die Auswertung des Pretests zeigte, dass die Beantwortung der Fragestellung ausreichend war. Der Leitfaden benötigte kaum Anpassungen.

#### 3.4.5 Vorbereitung der Gruppeninterviews

Die Autorinnen planten vorerst drei weitere Gruppeninterviews. Sie wollten erst nach deren Durchführung entscheiden, ob noch weiteres Datenmaterial notwendig ist. Für die Rekrutierung der weiteren Interviewteilnehmerinnen haben die Autorinnen per Email mit Jugendarbeiterinnen Kontakt aufgenommen und ihr Vorhaben vorgestellt. Auf sechs Anfragen kamen drei Gruppeninterviews zustande. Die Autorinnen stellten ihr Anliegen den Mädchen im Jugendtreff direkt vor und erklärten ihnen, dass sie das Interview mit einer Realgruppe durchführen wollen. Es war ihnen ein Anliegen, dass die Mädchen bereit sind, sich offen und ohne Tabus untereinander auszutauschen. Über den genauen Inhalt des Interviews gaben sie nur vage Informationen, damit keine Antizipationen stattfinden konnten. Das Vorhaben stiess bei den Mädchen auf Interesse und einige sagten sofort zu. Sie waren einverstanden, dass die Gespräche aufgenommen werden. Bei zwei Gruppen wollten die Jugendarbeiterinnen als Beobachterinnen dabei sein, womit die Mädchen einverstanden waren. Bei allen Interviews wurde sichergestellt, dass den Mädchen eine Ansprechperson zur Verfügung steht, um aufbrechende Themen auch nach dem Interview noch nachbearbeiten zu können.

## 4 Erhebung der Daten

Dieses Kapitel beschreibt, in welcher Umgebung die Interviews stattgefunden haben und gibt Informationen über die befragten Realgruppen. Weiter wird die Vorgehensweise bei der Durchführung der Gruppeninterviews und bei der Sicherung der Daten wiedergegeben.

### 4.1 Angaben zu den Interviewgruppen

Insgesamt haben 21 Mädchen an den Gruppeninterviews teilgenommen. Die Interviews haben in verschiedenen Gruppenkonstellationen stattgefunden, die hier dargestellt werden.

#### **Interview 1 – (Pretest)**

Beim ersten Interview stammten die Mädchen aus einer Agglomerationsgemeinde. Das Interview fand abends im Gemeinschaftsraum einer Quartiersiedlung statt. Das Gruppeninterview dauerte eine Stunde und 14 Minuten.

Die Zusammenführung der Teilnehmerinnen hatte eines der Mädchen organisiert. Sechs Mädchen, im Alter zwischen 12 und 16 Jahre, nahmen daran teil. Sie kamen alle aus derselben Gemeinde, stammen aus „gutbürgerlichen“ Milieus und besuchen mit gutem Erfolg die Sekundarschule oder die Kantonsschule. Die Mädchen waren einer der Autorinnen bekannt. Die Räumlichkeiten waren den Mädchen vertraut. Zu Beginn des Interviews konnte eine leichte Anspannung und Neugier bei den Mädchen festgestellt werden. Im Verlauf der Gruppendiskussion wirkten sie entspannter und eine rege Debatte entstand.

Am Anfang des Gesprächs ergriffen vor allem die älteren Teilnehmerinnen als Erste das Wort und führten die Diskussion. Die beiden Jüngeren reagierten mehrheitlich auf Aussagen, von denen sie sich angesprochen fühlten. Teilweise hat die Moderatorin sie auch direkt nach ihrer Meinung gefragt. In der zweiten Hälfte der Diskussion trauten sich die Jüngeren vermehrt von sich aus ihre Meinung zu äussern und ihre Ansichten zu vertreten.

#### **Interview 2**

Die Teilnehmerinnen des zweiten Interviews trafen sich mehrmals pro Woche im Jugendtreff eines Gemeinschaftszentrums. Sie wohnten alle mit ihren Familien im angrenzenden multikulturellen Quartier einer Grossstadt. Beim Vorgespräch hatten sechs Mädchen zugesagt, zum Termin erschienen dann drei. Die Mädchen waren im Alter zwischen 14 und 15 Jahre, sie besuchten alle die 2. Klasse der Sekundarschule des Quartiers. Die Autorinnen entschieden sich, das Interview trotz der geringen Anzahl an Teilnehmerinnen durchzuführen. Das Interview fand in einem abgelegenen Raum des lebhaften Gemeinschaftszentrums statt und konnte so ungestört ablaufen. Die Jugendarbeiterin war als Beobachterin anwesend. Das Gruppeninterview dauerte 55 Minuten.

Von Anfang an herrschte eine sehr vertraute Stimmung in der Gruppe, was auf die enge Bindung der Teilnehmerinnen hindeuten könnte. Von sich aus gaben sie sehr vertrauliche Informationen über sich Preis und liessen einen tiefen Einblick in ihre sehr persönliche Sphäre zu. Ihre Betroffenheit, die Ernsthaftigkeit mit welcher sie ihre Ziele verfolgen und ihr Handeln konsequent durchführen waren bemerkenswert.

Die Betroffenheit der Mädchen zeigte sich in ihrer gedrückten Stimmlage während des Gesprächs. Auch bedankten sie sich bei den Autorinnen für das Gespräch. Die geringe Anzahl Teilnehmerinnen brachte wenig gegensätzliche Standpunkte hervor.

### **Interview 3**

Für das dritte Interview fuhren die Autorinnen in ein ländliches Gebiet. Eine Gruppe von neun Mädchen, im Alter zwischen 12 und 16 Jahren, erwartete sie in den Räumen des Jugendtreffs der dortigen Kirchgemeinde. Alle Mädchen lebten im gleichen Dorf, wo sie auch zur Schule gingen. Sie lebten alle bei ihrer Familie und hatten alle Geschwister. Die Jugendarbeiterin nahm als Beobachterin am Gruppeninterview teil. Das Gruppeninterview dauerte eine Stunde und 28 Minuten.

Die Stimmung im Raum war sehr aufbrausend, es wurde viel gelacht, diskutiert und kommentiert. Es gelang der Moderatorin dennoch Aufmerksamkeit und Interesse zu wecken. Die Dynamik des Gesprächs war für die Qualität der Tonaufnahme problematisch. Trotz mehrmaliger Ermahnung hatten die Mädchen Schwierigkeiten, eine nach der anderen zu reden. Einige Aussagen konnten bei der Transkription leider nicht mehr rekonstruiert werden.

Auch bei diesem Gruppeninterview liess sich beobachten, dass zuerst die älteren Mädchen die Debatten führten. Die Jüngeren kamen auch hier erst in der zweiten Hälfte der Diskussion aus sich raus.

### **Interview 4**

Das vierte Interview fand während der Mittagspause im Gemeinschaftszentrum eines gutbürgerlichen Quartiers einer Grossstadt statt. Die drei Teilnehmerinnen hatten nicht wie vorgesehen, weitere Freundinnen mitgebracht. Die Teilnehmerinnen, im Alter von 12 bis 13 Jahren, wohnten im Quartier wo sie die nahegelegene Oberstufe besuchten. Sie lebten alle bei ihrer Familie und hatten Geschwister. Das Interview dauerte 54 Minuten.

Für das Interview wurde der Besprechungsraum des Teams zur Verfügung gestellt. Der Lärmpegel im Haus, durch Schülerinnen und Schüler des Mittagstischs im unteren Stockwerk verursacht, war sehr hoch. Die Teilnehmerinnen schienen mit dieser Situation gut zu Recht zu kommen. Leider wurde das Gespräch mehrmals durch Klopfen an der Tür gestört oder unterbrochen. Dies wiederum nervte sie.

Die Mädchen traten selbstsicher auf und konnten ihre Meinung pointiert und sehr differenziert ausdrücken. Die Diskussion lief mehrheitlich selbstständig und es brauchte wenig Struktur durch die Moderatorin. Die Mädchen leiteten die jeweili-

gen Themen von sich aus ein. Es fiel auf, dass die Mädchen ihre Werte mehrmals erklärten. Möglicherweise um sicher zu gehen, dass ihre Aussagen richtig verstanden wurden. Die Mädchen hätten gerne noch weiter diskutiert, sie mussten aber leider wieder zur Schule.

### **Allgemeine Bemerkungen**

Aus Sicht der Autorinnen hätte keines der befragten Mädchen Anlass, mit ihrem Aussehen unzufrieden zu sein. Es entstand auch der Eindruck, dass alle Teilnehmerinnen in ihrer Peergroup bestens integriert waren und eine aktive Rolle in den Jungentreffs einnehmen. In keiner Gruppe hatten die Mädchen Genderaspekte angesprochen.

## **4.2 Durchführung der Gruppeninterviews**

In diesem Kapitel wird der Ablauf der Gruppeninterviews beschrieben. Es wird erklärt wie die Teilnehmerinnen an die Thematik herangeführt wurden und wie sie im Prozess mitgewirkt haben.

Die Autorinnen entschieden vorab, die Zuständigkeitsbereiche wie folgt aufzuteilen: Eine Moderatorin, eine Beobachterin und Protokollantin. Diese Aufgabenteilung wurde in allen Interviews beibehalten.

Nach der Begrüssung und der Bedankung für das Mitmachen erklärte die Moderatorin das Ziel der Diskussion und das Vorhaben der Autorinnen. Anschliessend erläuterte sie das Thema des Gruppeninterviews und die Motivation für die Wahl des Themas. Sie versprach die Anonymisierung der Daten und fragte, ob die Teilnehmerinnen einer Tonaufnahme einwilligen. Sie wies darauf hin, dass die Teilnehmerinnen Fragen auslassen dürfen. Dann folgten Informationen über die ungefähre Dauer des Interviews und die jeweiligen Rollen der Autorinnen. Anschliessend schilderte sie den vorgesehenen Ablauf der Befragung.

In einer Vorstellungsrunde schrieben die Teilnehmerinnen ihre Vornamen oder ein Pseudonym auf farbige Zettel auf. Mit der Auswahl einer passenden Farbe für den Zettel fingen die ersten Interaktionen zwischen den Mädchen an. Diese gaben erste Hinweise über die Hierarchie in der Gruppe.

Für den Einstieg hatten die Autorinnen eine aktive Form ausgewählt. Die Teilnehmerinnen durften aus einem Fundus von unterschiedlichen Frauenbildern diejenigen auswählen, die sie für schön halten, und erläutern, was genau ihnen daran gefällt. Diese partizipative Form brachte sofort eine gelasseneren Stimmung in die Gruppe. Es wurde diskutiert, verglichen, gekichert und gelacht. Auch hatten die Autorinnen gleich einen Eindruck darüber, was den Mädchen gefällt. Im Verlauf der Diskussion bezogen sie sich immer wieder auf diese Bilder, um ihre Aussagen zu illustrieren.

Der Hauptteil des Interviews diente der konkreten Beantwortung der Fragestellung. Die Moderatorin führte das Gespräch mittels des bereits erwähnten Leitfadens, der flexibel angewendet wurde. Sie sprach die Teilnehmerinnen immer als Gruppe an und wendete dabei eine möglichst induktive Formulierung an (Reinders, 2016, S.137). Sich ihrer Expertinnen-Rolle bewusst, haben die teilnehmenden Mädchen

die Autorinnen in ihre Welt geführt. Der Altersunterschied zwischen den Autorinnen und den Mädchen war relativ gross. Die Teilnehmerinnen überprüften daher von sich aus immer wieder das Wissen der Moderatorin und erklärten mit viel Geduld wie sie, beispielsweise mit sozialen Medien, umgehen. Weiter legten sie grossen Wert darauf, richtig verstanden zu werden. Es fiel auf, dass sie viele Beispiele benutzten und diese skalierten „...so, aber nicht gerade so...“. Die Moderatorin versicherte mit Reframing und Paraphrasieren, dass sie die Aussagen richtig verstanden hatte. Erst wenn das immanente Potenzial einer Frage ausgeschöpft war, führte die Moderatorin zur nächsten Frage. Meist wurde das Thema bereits von den Teilnehmerinnen angesprochen, sodass darauf Bezug genommen werden konnte. Als Illustration zum Thema digitaler Bildbearbeitung zeigten die Autorinnen einen Kurzfilm vor, der Interesse weckte und manchmal auch verblüffte. Die Diskussion verlief in sehr lebhafter Form, die Teilnehmerinnen hatten sichtlich Freude am Austausch und an ihrer Rolle als Expertinnen. Es fiel auf, dass sie neben ihrer individuellen Meinung, immer nach einem Konsens suchten und diesen als Gruppenmeinung und gültige Aussage auch in den Vordergrund stellten. Zum Abschluss des Gesprächs fragte die Moderatorin die Teilnehmerinnen, welche wichtigen Aspekte ihrer Meinung noch nicht erwähnt wurden. Nach kurzer Überlegung kamen den Mädchen weitere Aspekte in den Sinn, welche nochmals eine Diskussion auslösten. Einige Anregungen konnten bei den weiteren Interviews verwendet werden.

Nach dem Interview klärte die Protokollantin noch ein paar Verständnisfragen; unter anderem, wie die im Gespräch genannten Vorbilder der Teilnehmerinnen genau heissen. Die Protokollantin schloss die Runde mit einem kurzen Feedback und der Würdigung des Engagements der Teilnehmerinnen ab.

Nach jedem Gruppeninterview hatten die Autorinnen eine kurze deskriptive Auswertung der Befragung durchgeführt. Die Beantwortung der Fragestellung stand im Vordergrund. Sie hatten ihre Sichtweisen und ihr Verständnis abgeglichen, sowie die übereinstimmenden und divergierenden Meinungen der Mädchen festgehalten.

#### 4.3 Sicherung der Daten

Für die Sicherstellung ihrer Daten orientierten sich die Autorinnen an den Empfehlungen von Mayring (2016). Wie von ihm vorgeschlagen, führten die Autorinnen die Gruppeninterviews zu zweit durch, nahmen sie in Audioformat und mit dem Handy auf und führten ein Protokoll (S.78). Weiter hält Mayring eine vollständige wörtliche Texterfassung als Grundlage für eine ausführliche Analyse (S.89ff). Die Autorinnen haben sich für eine literarische Umschrift entschieden. Dieses Verfahren ermöglichte es ihnen, den Dialekt so gut wie möglich wiederzugeben. Sie stellten eine kommentierte Transkription her, wobei auch die non-verbale Handlungen, die Pausen und die Sprachauffälligkeiten protokolliert wurden. Dabei orientierten sie sich am Transkriptionssystem von Thorsten Dresing und Thorsten Pehl (2013, S.20ff). Als Hilfsmittel diente das Audioprogramm Transkribe. Um die Anonymität zu gewähren wurden die Aussagen kodiert.

## 5 Datenaufbereitung und Datenauswertung

Dieses Kapitel beschreibt die Aufbereitung der Daten; die Auswertungsmethode sowie das Vorgehen bei der Analyse der Daten.

### 5.1 Datenaufbereitung

Nach der Transkription der Gruppeninterviews haben die Autorinnen die Texte nach dem Ablaufschema vom Mayring (2008) paraphrasiert (S.60). Dazu haben sie, nach der Bestimmung der Analyseeinheiten, die inhaltstragenden Textstellen sachlich wiedergeben. In einem weiteren Schritt haben sie das angestrebte Abstraktionsniveau generalisiert, verglichen, verknüpft und per Reduktion und Variationen auf deren Kernaussage interpretiert. Bedeutungsgleiche Paraphrasen wurden sortiert, gebündelt und mit eigenen Worten auf das gezielte Abstraktionsniveau konstruiert. Einzelne, divergierende Aussagen wurden beibehalten und als solche markiert, um die Breite der Äusserungen beizubehalten.

### 5.2 Auswertungsmethode

Aufgrund der vielseitigen und komplexen Antworten der befragten Mädchen haben die Autorinnen das Auswertungsverfahren nach Mayring (2016) angewendet (S.114ff). Wegen der grossen Datenmenge wurde die zusammenfassende Form der qualitativen Inhaltsanalyse gewählt (ebd.). Das Modell wurde mit Theorien hinterlegt und in Bezug auf die Fragestellung interpretiert. Die folgende Abbildung gibt einen Überblick über das Vorgehen der Autorinnen.



**Abbildung 5:** Auswertungsmethode (eigene Darstellung auf der Basis von Mayring, 2016, S.116).

### 5.3 Vorgehen

In einem ersten Schritt haben die Autorinnen die Konsistenz ihrer Fragestellung überprüft. Nach welchem theoretischen Ansatz sie den Inhalt analysieren wollen, liessen sie zuerst ausser Acht. Dieser sollte induktiv (aus dem Inhalt), erst bei der Interpretation der Daten, definiert werden.

Die Kriterien für das Sortieren der Daten wurden deduktiv gewählt; das heisst, diese wurden durch das Forschungsziel festgelegt. Für das Aussortieren der Daten haben die Autorinnen die Interview-Transkripte ausgedruckt und mit Farben gekennzeichnet (siehe Anhang C). Für einen ersten Überblick wurden die brauchbaren Daten den acht Fragen des Leitfadens zugeordnet. Anschliessend wurden die Antworten den drei Hauptthemen (entsprechend der drei Unterfragen) der Interviews zugeordnet. Schnell wurde klar, dass es einer feineren Analyse bedurfte. Dafür wurden die Antworten bei den einzelnen Themen überprüft und neue, folgende Unterkategorien gebildet.

#### Themen

#### Kategorien

An welchen Schönheitsidealen orientieren sich Mädchen?

Was finden sie schön, was gefällt ihnen? An welchen Vorbildern orientieren sie sich?

Wie haben sie ihre Meinung gebildet? Wer sagt aus ihrer Sicht, was schön ist? Wie wichtig ist Schönheit?

Vorteile, Nachteile und Trends von Schönheit?

Wie beeinflussen die Schönheitsabbildungen das Handeln der Mädchen und welche Strategien entwickeln sie dabei?

Was bewirken die Bilder?

Was hilft ihnen damit umzugehen?

Haben sie Vermeidungsstrategien?

Haben sie Ablenkungsstrategien?

Was sind ihre Darstellungsstrategien? Kleider – Schminken – Bilder

Mit welchen Strategien ändern sie ihren Körper?

Wie ist die Haltung der Eltern?

Welche Unterstützung ist für Mädchen wichtig im Umgang mit Körperidealen?

Was ist hilfreich?

Wer ist wichtig dabei?

Mit wem können sie darüber reden?

Was wünschen sie sich?

Der gemeinsame Austausch bei der Auswertung der Daten unterstützte die Objektivität der Autorinnen. So konnten einige fragliche Textstellen intensiv ausdiskutiert, gedeutet und zugeordnet werden. Absätze mit Aussagen zu mehreren Themen

wurden geteilt und den einzelnen Kategorien zugeordnet. Nach der Zuordnung von ungefähr einem Drittel der Antworten haben die Autorinnen die Kategorien überprüft, ob sich alle Aussagen einordnen lassen. Nach kleinen Anpassungen ordneten sich anschliessend alle zu analysierenden Textteile ein. Für einen endgültigen Materialdurchgang haben die Autorinnen die Daten verglichen, verknüpft und per Reduktionen und Variationen diese auf deren Kernaussage interpretiert.

Als letzten Schritt haben die Autorinnen die Interpretation und die Analyse der Daten gemeinsam vorgenommen. Durch den Austausch wollten sie eine subjektive Interpretation so weit wie möglich minimieren, und dank ihrer verschiedenen Sichtweisen zu einer umfassenden Deutung kommen. Dabei haben sie fragliche Ausschnitte der Tonaufnahmen wiederholt abgehört und über die genaue Aussage der Botschaften diskutiert. Um die Zusammenhänge ersichtlich darzustellen, wurden die Erkenntnisse auf einer grossen Bildwand (siehe Anhang D) festgehalten. Die Kontraste, aus den ausgewählten Kriterien ihrer Stichproben, wurden überprüft. Aus den gewonnenen Daten definierten sie den Fokus für die theoretischen Erklärungen. Abschliessend haben sie alle Kategorien mit Bezug auf ihrer Fragestellung und Theorien interpretiert und ihre Erkenntnisse festgehalten.

## 6 Darstellung der Interviewdaten

In diesem Kapitel werden die gewonnenen Interviewdaten nach Kategorien dargestellt. Eine Zusammenstellung der Kernaussagen schliesst das Kapitel ab.

Die Aussagen aus den Gruppeninterviews werden folgend verdichtet wiedergeben. Damit die Leserschaft sich ein Bild über die Authentizität und die Einzigartigkeiten der Aussagen machen kann, fliessen zahlreiche Ausschnitte der Transkriptionen in die Zusammenfassung ein und illustrieren diese. Die Ergebnisse sind, wie bereits erwähnt, in drei Themenbereichen gliedert.

Die verschiedenen Farbnuancen sollen auch hier der Orientierung weiter dienen.

- An welchen Schönheitsidealen orientieren sich die Mädchen?
- Wie beeinflussen die Schönheitsabbildungen das Handeln der Mädchen und welche Strategien entwickeln sie dabei?
- Welche Hilfe/Unterstützung ist für Mädchen wichtig im Umgang mit Körperidealen?

Die einzelnen Antworten der Interviews wurden weiter in Kategorien aufgeteilt, wie im Kapitel 5.3 beschrieben. Die Kernaussage jeder Kategorie wird farbig hervorgehoben.

### 6.1 Orientierung an Körperidealen

#### **An welchen Schönheitsidealen orientieren sich Mädchen heute?**

Auf die Frage, was aus ihrer Sicht eine schöne Frau sei, haben die Mädchen folgende Merkmale genannt:

Gesicht	Körper
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grosse Augen und volle Lippen</li> <li>- Schöne Augen</li> <li>- Schönes Lachen</li> <li>- Gepflegte schöne weisse Zähne</li> <li>- Markante Wangenknochen</li> <li>- Sanfte Gesichtszüge</li> <li>- Dicke Augenbrauen</li> <li>- Gepflegte Hände, lange Fingernägel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nicht allzu dünn</li> <li>- Dünn aber trotzdem Kurven</li> <li>- Flacher, muskulöser Bauch</li> <li>- Thigh Gap (Lücke zwischen den Beinen)</li> <li>- Lange Beine</li> <li>- Gross, nicht zu klein</li> <li>- Durchtrainiert</li> </ul>
Weitere wichtige Merkmale	Nicht schön ist
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Charakter, Ausstrahlung</li> <li>- Style</li> <li>- Natürlichkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Knochen bei den Hüften</li> <li>- Fett das rausquillt</li> <li>- Aufgemalte Augenbrauen</li> </ul>

## Die Vorbilder



Bild 1 Selena Gomez



Bild 2 Kendall und Kylie Jenner



Bild 3 Beyonce



Bild 4 Gigi Hadide

2 – 72 B1: volli Lippe (1) volli Lippe und so grossi Auge sind . ähm . mega schön.

1 – 36 B3: Also ech fende, mer sett zwar ned so dänn wie ech sii, aber ech fende es schön, wenn 's zwösche de Bei kei Löcke hed. (I:mhm) Also jo.

B1 > lachen< Das esch Genau, das wo mer wend!

B6: Ja, >Lachend sehnsüchtig gesprochen< Ah, ja Löcke zwösche de Bei!

B1: Verstohst du das? >zu B3 gesprochen< (...) Ja, weisch > zu I gesprochen< wenn mer stönd chömed d' Bei anenand ah ond wenn sie stohd esch das ned eso.

I: Das hed en Name, oder ?

B1: ja, das hed sogar en Name.

B6 & B5: ÄHM, High gäp oder so. Ja, so ergendöpis . genau.

1 – 20 B4: ech fende jetzt persönellech Frauen schön, wenn sie ned allzu dänn send. Also ned so, dass mer meint sie zerbreched jetzt denn grad. Und halt scho en flache Buch aber ned, dass sie voll abgemageret send, aber au ned, dass sie jetzt voll deck send, oder so.

3 – 129 B3: Also ech persönellech fende, wenn öper zum Bispel schöni Auge hed. oder generell es schöns Lache . einfach en schöni Usstrahlig ... das fende Ech so mega schön.

Allgemein finden die Mädchen ganz wichtig, dass eine Frau gepflegt aussieht und natürlich ist. Es kommt ihnen auch auf den Typ an. Style, Niveau und Ausstrahlung sind für sie wichtig und gehören zu einer schönen Frau. Sie legen grossen Wert darauf und denken, dass auch Charakter zu Schönheit gehört.

Die Mädchen aller Gruppen finden dieselben Frauen schön. Die Favoritin ist Selena Gomez, eine US-amerikanische Schauspielerin und Sängerin. Den zweiten Rang belegen die Jenner Schwestern, Kendall und Kylie, beiden als amerikanische Models und Reality-TV-Teilnehmerinnen bekannt. Die Sängerin Beyonce löst auch Begeisterung aus, gefolgt von Hande Erçel. Cara Delevingne wird wegen ihren buschigen natürlichen Augenbrauen erwähnt, so wie Winnie Harlow (Model von Desigual) und Rebel Wilson für ihren Mut bewundert.

1 – 13 B1: ... ech fende Laufstegmodel send gar ned so schön, die hend meistens so mega strengi Gsechtsusdröck ond so.

4 – 154 B2: und sehr buschigi, natürlechi Augebraue

B3: und die blibt eim grad im Chopf und das find ich en richtigi Schönheit.

Schönheit machen sowohl körperliche Merkmale, wie Charakter und Style aus.

## Vorbilder mit besonderem Charakter



Bild 5 Cara Delevingne



Bild 6 Hande Erçel



Bild 7 Winnie Harlow



Bild 8 Rebel Wilson

## Wie haben die Mädchen ihre Meinung gebildet?

Die befragte Mädchen denken, dass sie sich ihre Meinung von klein auf bilden. Sie lassen sich beeinflussen, was andere meinen, gilt für sie. Was in ihrem Umfeld gesagt wird, prägt ihre Vorlieben. In der Schule orientieren sie sich an älteren Schülerinnen. Komplimente geben auch eine Orientierung und haben Bedeutung. Die Barbie Puppe wird immer wieder als erste Orientierung genannt. Sie stellen fest, dass sie ständig schöne Frauen oder Bilder von schönen Frauen sehen. Die folgende Auflistung gibt einen Überblick über die Antworten:

Wo sehen die Mädchen schöne Frauen?	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Auf der Strasse</li><li>- In der Schule</li><li>- Bei Kolleginnen</li><li>- Auf den sozialen Netzwerken, Instagram, Handys, Facebook, weitere Apps</li><li>- In der Werbung</li><li>- Auf Plakate</li><li>- In der H&amp;M Agenda</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Bei Filmstars und Popstars</li><li>- In Fernsehsendungen (Beispiele sind "Germany's Next Top Model" (GNTM) oder "Deutschland sucht den Superstar" (DSDS))</li><li>- In Zeitschriften von Kiosken oder beim Arzt (Beispiele sind Glamour, Friday, Bravo, Mädchen, Vogue, Modemagazine)</li></ul>

3 – 370 B2: wenn zum Beispiel viele sagen, ja das ist mega schön, dann wirst du davon beeinflusst.

1 – 198 B1: Ich habe schon auch das Gefühl, die Eltern haben auch ein bisschen Einfluss. Wenn sie dir vorrechnen, dass das schön ist, dann glaubst du das.

1 – 500 B1: Die Extremsten sind jetzt zum Beispiel Barbie, das ist alles was die Mädchen schön finden in einer Person und sie gehen mir aber, dass es extrem Fake ist, also wenn eine Person so aussieht, ist es das (..) nicht schön. Und ich habe das Gefühl, wenn eine Person einzelne Teile davon hat, ist es schön.

Schöne Frauen begegnen den Mädchen nicht nur in den Medien, sondern überall im Alltag.

## Wer sagt, was schön ist?

Auf die Frage, wer aus ihrer Sicht bestimmt was schön ist, haben die Mädchen ganz verschiedene Meinungen vertreten. Sie sehen verschiedene Quellen als Referenz dafür, was schön ist. Folgend ein Überblick:

Wer sagt, was schön ist?

- Barbies – Puppen
- Socialmedias wie Instagram oder Youtube
- Modemagazine, Zeitschriften
- Popstars, Schauspielerinnen, Models
- Fernsehsendungen (GNTM, DSDS)
- Werbung
- Designer, Modebranche
- Die Gesellschaft
- Jede trägt dazu persönlich bei

Die Mädchen stellen in ihren Aussagen fest, dass verschiedene Akteure die Trends bestimmen.

2 – 290 B3: *also man gseht es halt in den Socialmedias in so Magazine Modezeitige und so oder das zeigt schon irgendwie . ich weiss nüüt . was en normale perfekte Körper sii muss*

B2: *und wenn mech das gseht, denkt mech, ja das isch perfekt . drum isch sie auf dem Magazin .*

3 – 373 B1: *in de Gsellschaft ond mer beldet das jo selber, also mer beldet die Schönheitsideal jo selber“*

B2: *niemer seit das... jede hed en anderi Meinig*

B3: *das esch öpis „persönlechs“*

B2: *NEI das entscheidet jede för sech selber“*

1 – 217 B1: *aber ech ha s' Gfühl, mer als Einzelperson hend scho au demet bizträge, was schön esch und was ned. Wel mer tönd jo die Stars alli ahimmle ond ned nor wel sie schön send, sondern en Grossteil vode Bevölkerungig fendet sie schön.*

4 - 442 B2: *Also wenn es Model öpis hät, wo vill findet, das isch cool... da isch es im Trend. ich findä es chomt vo Model und Schauspieler oder Designer oder so.*

Die Diskussionen sind kontrovers. Bestimmt die Gesellschaft, was schön ist? Die Mädchen beantworten dies mit Nein! Nach langen Debatten sind alle davon überzeugt, dass jede für sich entscheidet, was sie schön findet. Sie sind sich bewusst, dass sie mit ihrem Konsumverhalten die Trends beeinflussen.

Nicht die Gesellschaft bestimmt was schön ist, das entscheidet jede für sich.

### **Wie wichtig ist Schönheit? Vorteile/Nachteile**

Die Mädchen sind der Ansicht, dass Schönheit eine grosse Rolle im Alltag spielt und viele Vorteile bringt; wie Erfolg, Glück und Freude.

3 – 307 B2: *wenn du ned schön besch, dann chomsch du nicht wiit, ehrlech gsagt.*

2 – 524 B2: *... lueget mich alli andere ah und denked sich: „was für en schöne Körper . denn chömed sie vill meh zu mir und saged: du bisch u::re SCHÖN . du häsch so en schöne Körper, da GLAUBT mer das ... mer isch fröhlicher und glücklicher.*

In den Diskussionen waren die befragten Mädchen der Ansicht, dass das Äusserliche eine grosse Rolle im Alltag spielt. In jeder Gruppe waren sie sich einig, dass auch der Charakter dazugehört. Sie erwähnen, dass der Charakter leider nicht sichtbar und nicht immer gleich zu erkennen sei. Als Erstes werde auf das Äussere geschaut, deshalb sei Schönheit so wichtig.

Schönsein scheint den Mädchen auch suspekt. Sie zweifeln daran, dass ihre sehr gutaussehenden Schulkameradinnen glücklicher sind als sie selbst und erklären dies wie folgt:

3 – 408 B2: *nei . nei im Endeffekt führed mer alle s' gliche Lebe Schuel-Hei-schlofe, Schuel-Hei-schlofe es esch e SO.*

4 - 253 B1: *Wenn öpper perfekt usgseht heisst das nüüt, dass de Charakter perfekt isch.*

Aus ihrer Sicht hat Schönsein auch Nachteile. Den Schönen wird Arroganz zugeschrieben:

1 – 590 B6: *Na, halt am Ahfang denkt mer, die esch so ergendwie arrogant oder so, obwohl settigi Lüüt, also amigs au völlig andersch si chönd, positiv ond nett ond . ja. Am Ahfang goht mer halt eher uf Abstand ond denkt halt so voll, die Oberzicke, obwohl die Person halt mega nett sii cha. Es ged eigentlech beides.*

2 – 420 B2: *Es gibt Leute die sind mega arrogant*

B3: *>unterbrechend< die werden mega drauf . reduziert zum Teil...*

Bei den Interviews zogen die Mädchen diese Schlussfolgerung:

3 – 425 B1: *ech be lieber durchschnittlech*

B2: *ech au*

4 – 432 B1: *„also normal, nüüt zu dünn, schöni Haar, alles immer gepflegt“.*

Der Wunsch „normal zu sein“ wurde bei den Gruppeninterviews immer wieder betont.

Die befragten Mädchen wollen vor allem normal sein.

### **Trends**

Die befragten Mädchen müssen wissen was im Trend und aktuell ist. Dazu nützen sie die Medien. Die Haltung der Teilnehmerinnen gegenüber von Trends ist jedoch unterschiedlich. Viele Mädchen sehen in diesem Verhalten auch negative Seiten und versuchen ihre Einzigartigkeit und ihre Persönlichkeit zu betonen.

1 – 469 B2: *eigentlech esch alles im Trend, was i de Läden chasch chaufe*

4 – 183 B2: *... das macht au d' Persönlichkeit us, wenn mir cha sage , nei, ich wet das nüt mit mache, wil mir gfallt das eifach nüt, und es gibt au Fraue, wo das Gefühl hend, sie müend das mache, wil das alli hend.*

3 – 577 B2: *Poah . aber ech fende mer sett . grondsätzlech ned öper anders nochekopiere ond eher selber öpis för sech toll fende.*

Die Trends nicht mitmachen, das macht die Persönlichkeit aus!

## 6.2 Einfluss der Körperideale

Dieser Interviewabschnitt zeigt die Zufriedenheit der Mädchen mit ihrem Aussehen auf. Weiter wird dargestellt, wie sie die Konfrontation mit Bildern von Körperidealen erleben und welche Gefühle diese bei ihnen auslösen.

### **Zufriedenheit mit dem eigenen Aussehen**

Keines der teilnehmenden Mädchen äusserte, dass es mit dem eigenen Aussehen vollkommen zufrieden ist. In der Diskussion war erkennbar, dass einige von ihnen sich weniger angesprochen fühlten, sie blieben reserviert. Bis auf ein Mädchen konnten alle etwas an sich benennen, was ihnen gefällt.

2 – 767 B1: *also . wenn ich jetzt ehrlich sein muss (1) ähm bin ich . komplett unzufrieden .*

Im Austausch miteinander stellten die Mädchen fest, dass sie immer einen Grund finden, um sich schlechter zu sehen als sie sind. Sie erzählen, dass sie sich auf das Negative konzentrieren und dabei ihre schönen Attribute ausblenden. Es ist ein absoluter Trend, in der Schule über das eigene Aussehen zu klagen. Die Mädchen fragen sich, ob einige darin eine Bestätigung ihrer Schönheit oder Aufmerksamkeit suchen. Aus ihrer Sicht ist die Unzufriedenheit eine logische Konsequenz ihres Vergleichs mit schöneren Frauen.

2 – 457 B2: *man findet immer en Grund damit man sich . negativ . also damit man sich selber eben . negativ sieht.*

B1: *Ich schaue nie was bei mir schön isch . immer gsehe ich in mine Augen . was bi mir schlecht isch .*

I: *Hast du eine Idee woher das kommt?*

B1: *Ja halt . in dem man sich viel verglicht halt .*

### **Vergleich mit Bildern - Schlechte Gefühle**

Auf die konkrete Frage, was sie fühlen, wenn sie Bilder von schönen Frauen sehen, haben alle Mädchen spontan gesagt, dass sie sich „schlecht fühlen“. Die Bilder lösen eine negative Stimmung aus. Sie fühlen sich alleine damit und empfinden es als Iniquität. Der Vergleich mit den Bildern deprimiert sie und greift ihr Selbstwertgefühl an. Die Mädchen möchten nicht ständig mit sehr dünnen Models konfrontiert werden.

1 – 238 B6: *Oder du besch irgendwie am Esse ond besch am Handy ond de chomsch du genau uf so en Site, wo alles so dönni schöni Model send ond denn, ja, fühlt mer sech recht schlecht.*

B5: *Oder au die Sit, wo so Sport gmacht werd (B2: Ja::a, Ja) ond de denksch du, "oh nei das wet ech jetzt ned gseh"*

B6: *Ja, schnell witer! <lachen <*

B1: *das esch echt so.*

B5: *Es esch au so deprimierend de mängisch au.*

Dieses Thema hat in den Interviews viel Platz eingenommen. Die Mädchen haben detailliert ihre verschiedenen Schutzstrategien gegenüber von Bildern dargelegt.

2 – 275 B1: *Also wenn ICH es ha, wenn ich schlechti Gfühl ha- . goh ich weg vom Profil oder luege die Person gar nüüt ah und versueche mich abzlenke.*

Die Mädchen schauen Videos an, wo sie sehen, wie die Models sich vorbereiten. Sie vergleichen sich mit diesen und bewundern die schönen durchtrainierten Körper der Film- und Popstars. Die Mädchen meinen in den Magazinen zu erkennen, welche Bilder bearbeitet wurden. Es beruhigt sie zu wissen, dass nicht alles von Natur aus so schön ist. Meistens vergleichen sie nur einzelne Körperteile zum Beispiel die Brust oder die Beine. Es komme auch vor, dass sie nach dem Vergleich

wieder mit ihrem Aussehen zufrieden sind. Gegenüber von Werbungen sind sie kritisch, sie überschauen die Doppelbotschaften und ziehen rationale Überlegungen daraus.

*1 – 270 B1: Was natürlech, mega verwerrend esch, wenn de för Mac Donald Werbig, oder so, grad e so mega dönni Model send. Well de gönd die i Mac Donald go esse ond send so dönn. Ond de esch das för mech, denk ech de "oh nei, emmer wenn ech i Mac Donald gah werd ech deck" ond so.*

Es sind weniger die Bilder, sondern die echten schönen Mädchen auf der Strasse und Kolleginnen mit schönen Figuren, die sie beschäftigen und verunsichern. Weil sie nicht retuschiert sind. Die Mädchen erkennen, wer ohne Make-up schön ist und bewundern diese Mädchen besonders. Sie vergleichen sich, was schmerzt. Diese ständige Gegenüberstellung ist ihnen bewusst, trotzdem machen sie es weiterhin (bspw. in der Schulgarderobe).

*2 – 353 B2: mir gseht trotzdem uf de Strass die Schönere, wo ähm schön usehen, da denkt man wieder „ah die isch jetzt wieder schöner, also die cha grad uf das Magazin ohni Fotoshop druf“. (3).*

Die Mädchen vergleichen ihren Körper ständig mit Körpern von anderen Frauen. Es sind aber vorwiegend die schönen Frauen auf der Strasse, die negative Gefühle bei ihnen auslösen. Einige Mädchen können sich von diesen Gedanken ablenken, andere sind motiviert, selbst aktiv zu werden und etwas zu ändern.

### 6.3 Schönheitspraktiken

Die Akzeptanz ihres eigenen Körpers ist eine belastende Aufgabe für die befragten Mädchen. Die vorherigen Unterkapitel gaben einen Eindruck, an welchen Körperideale sie sich orientieren und beschreiben was ihnen entspricht. In diesem Kapitel werden die Strategien und Bemühungen, die Mädchen im Umgang mit Schönheitsidealen anwenden, näher beschrieben.

#### **Strategien**

Die Mädchen reden vor allem mit ihren Kolleginnen über ihre Unzufriedenheit; sie unterstützen sich und machen sich gegenseitig Mut. Um den schlechten Gefühlen entgegenzuwirken sehen sie zwei Optionen: Entweder sie lenken sich ab, oder sie fassen den Entscheid, ihr Aussehen zu optimieren oder zu ändern. Dazu haben sie verschiedene Strategien. Um einen Überblick über die vielfältigen Strategien zu geben, haben die Autorinnen diese in folgende Kategorien eingeteilt:

Strategien	Handeln
Vermeidungsstrategien	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verhüllende Bekleidung</li> <li>- Sich zurückziehen</li> <li>- Andere Freizeitaktivität wählen, um nicht in die „Badi“ gehen zu müssen</li> </ul>
Strategien, um sich vom Einfluss abzulenken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wegschauen</li> <li>- Auf Positives fixieren</li> <li>- Rationale Überlegungen</li> </ul>
Strategien, um ihre Selbstdarstellung im Alltag zu optimieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kleider</li> <li>- Frisur</li> <li>- Schminken</li> </ul>
Strategien, um ihren Körper zu verändern	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diät</li> <li>- Sport treiben</li> <li>- Gesund essen</li> </ul>

### Vermeidungsstrategien

Einige Mädchen ziehen es vor, verhüllende Kleider zu tragen, die Körperstellen, welche ihnen unangenehm sind, nicht zeigen. Oder sie bleiben im Hintergrund, weil sie sich der Kritik nicht aussetzen wollen. Sie leiden darunter, haben aber keine anderen Strategien zur Verfügung. Sie geben zu, dass sie dabei unglücklich sind.

2 – 488 B3: *ja oder meistens ist es im Sommer . wo es denn eher negativ kommt*

B2: *Ja Sommer . ähm . Sommer isch . ähm-*

B1: *>unterbricht< der Sommer chommt . zum bispiel wenn man zu dick isch . will man nüt schwümmen ga und dann hat man eifach sein Spass nüt und wenn man zu dünn isch, isch es genau das Gliche . will man dann überall Knochen . ähm . gseht und . d:a:s (1) macht mir-*

B3: *>fällt ins Wort< das=macht=mega=unglücklich wenn mir eifach=nüt =sin=Spass=hend . mir wartet=die=ganzi=Zit=so=versteckt ume.*

### Strategien, um sich vom Einfluss abzulenken

Einige Mädchen berichten, dass sie sich, bei der Konfrontation mit Bildern von schönen Frauen, mit Strategien ablenken, wie folgende Aussagen zeigen.

4 – 134 B1: *Aber, ich finde halt au bi Fraue, ich finds schön, wenn sie en schöne Körper hend, also dünn, ich finds sinnlos, wenn mer sich de ganzi tag nur überleit, ob ich das jetzt esse sett, was mer esse sett, dass mer sich nor de ganzi Tag drüber Gedanke macht, wer öpis über din Körper säge chönnt oder so, und nachher musch ja du mit dem Körper umelaufe und nüt die andere, wo das Gfühl hend sie münd din Körper grad au no kritisiere.*

Die Mädchen denken, dass Frauen nicht alles mitmachen müssen. Nein sagen können zu Trends, macht ihre Persönlichkeit aus und zeigt Stärke. Es hilft einigen,

ganz bewusst laut zu formulieren, was sie an sich schön finden. Im Internet wechseln einige das Profil, in Modemagazinen blättern sie eine Seite weiter und bei Plakaten schauen sie bewusst weg. Es ist für die Mädchen schwierig, sich gedanklich nicht damit zu beschäftigen.

Die Bilder von schönen Frauen beeinflussen die älteren Mädchen, gemäss ihren Aussagen, kaum noch. Sie orientieren sich eher an Personen, die sie kennen. Aus ihrer Sicht sind die jungen Mädchen heute vermehrt der Wirkung dieser Bilder ausgesetzt, als sie es früher waren. Dies begründen sie mit dem Handy, wo man Zugriff auf Apps wie Instagram und „YouTube-Quatsch“ hat.

### **Strategien, um ihre Selbstdarstellung zu optimieren**

Bei den Strategien, um sein Aussehen zu optimieren, stehen bei den befragten Mädchen die Bekleidung, die Haare und das Schminken im Vordergrund. Zu diesen Mitteln greifen sie am häufigsten. Mit Kleidung können die Mädchen viel bewirken. Sie wollen niemanden nachmachen, sondern einen eigenen tollen Style finden, um ihre Individualität auszudrücken. Dabei versuchen sie, die Kleider und die Frisur ihrer Figur und ihrem Typ anzupassen. Sie geben zu, dass sie dabei den Trends trotzdem folgen. Der Grund dafür können sie nicht nennen.

3 – 577 B2: *aber ech fende mer sett. grondsätzlech nüüt öperem anders . noch-kopiere ond eher selber öpis för sech wü:ü:ürklig toll fendet . eh .*

Die Mädchen „shoppen“ am liebsten mit Kolleginnen. Das ist für sie ganz wichtig. Wenn die Kleider ihnen stehen, sind sie motiviert und glücklich. Der Blick in den Spiegel kann aber auch wehtun. Sie orientieren sich am Bekleidungsstyle ihrer Vorbilder und suchen sich etwas ähnlich aus. Sie recherchieren den Style vorab im Internet, um zu wissen, welches Geschäft solche Kleider anbietet. Zusammen gehen sie dort und probieren an. Dies ist wichtig; sie tragen nur was ihnen wirklich steht.

### **Schminken**

Einige Mädchen erscheinen sehr gekonnt geschminkt zum Interview. Die Schminkanleitungen schauen sie auf YouTube an. Geschminkt fühlen sie sich schöner und selbstsicher. Sie sind stolz, dass sie es können. Ihr Ziel ist es, Erfolg zu haben. Nicht alle Mädchen schminken sich. Einige lieben es, andere finden, es sei unnötig. Eine Gruppe hat eine kritische Haltung gegenüber dem Schminken. Sie plädieren für Natürlichkeit, Frauen sollen zeigen, wer sie sind.

4 – 108 B3: *und ich glaub es isch allgemein schöner, wenn mer eifach natürlicher isch und au mal zeigt wer mer isch und sich nüüt wie unter einere Hülle versteckt*

4 – 111 B1: *Also ich find halt d Schminki sött d Schönheit unterstriche und nüüt verdecke halt . jo.*

Der folgende Ausschnitt zeigt die Meinung einer Gruppe auf, die der Ansicht vertritt, dass Mädchen sich den Konsequenzen vom Schminken zu wenig bewusst sind. Sie denken, schminken schadet der Haut. Auch beschäftigt sie, dass sie davon abhängig werden könnten.

4 – 120 B1: *und wenn mer es falsch machet, chas au Nachteil haa.*

I: *und was wären das für Nachteile?*

B1: *Schlechti Huut und wenn mer's den wegmachet, dass mer sich dann wirklich nümm mer wohl fühlet ohni.*

B2: *Dass mer denn nur no wott gschminkt sii, au wenn mer diheim isch und einem niemert gseht, dass mer weiss, mer gseht jetzt schöner us, also wil mer findet . mer gseht schöner us.*

Eine andere Gruppe hat auch Bedenken, die in folgende Richtung gehen:

1 – 400 B6: *Ech ha s' Gefühl, vor allem, wenn mer sech zum Bispel kennelert ond mer esch ongschmenkt, esch de Frönd sech au gwöhnt, dass du ongschmenkt besch. Ond wenn du dech halt treffsch ond du besch voll ufgestylt ond gschmenkt, de esch es natürlech au anders wenn de Frönd dech ongschmenkt vellecht gseht.*

### **Strategien, um etwas am Körper zu verändern**

Alle befragten Mädchen möchten etwas an ihrem Körper verändern, und überlegen, was sie dazu tun könnten. Einige von ihnen unternehmen tatsächlich mehr als nur Kosmetik und gehen ganz gezielt vor. Dabei sind die sehr dünnen Mädchen genau so aktiv wie die etwas fülligeren.

Diäten zum Abnehmen (oder Zunehmen) wird als häufigste Strategie in Betracht gezogen. Mehr als die Hälfte der befragten Mädchen haben schon solche durchgemacht. Diese gehen von weniger Süßigkeiten essen, bis hin zu strengen Diätplänen über Monate. Einige hören nach kurzer Zeit auf und nehmen später einen neuen Anlauf. Andere Erreichen das gewünschte Resultat, nehmen später wieder zu. Andere sind noch daran, sie verfolgen akribisch ihren langfristigen Plan und haben Erfolg. Dazu nehmen sie Fachhilfe wie eine Ernährungsberatung und einen Arzt in Anspruch. Jedes Mädchen kennt Kolleginnen, die aktuell eine Diät machen. Die Mädchen sind sich einig: Man kann etwas verändern und sein Ziel erreichen, wenn man es will.

3 – 676 B2: *>unterbrechen< wenn mer selber wett döremache ond mer so voll devo überzügt esch de cha mer öpis ändere . ech meine-*

B1: *>unterbrechen< Änderige fanged be der selber ah*

B2: *also ech meine wenn du es ned machsch oder? de hed es dech ned richtig gestört, es hed dech e chli gnervt . aber ech meine wenn du wörklech en Veränderig wetsch de also machsch du die au oder?*

Es motiviert die Mädchen etwas an sich zu verändern, wenn Kolleginnen auch mitmachen. Die Mädchen vereinbaren gemeinsame Ziele, machen Wettbewerbe und haben Erfolg. Sie erklären, dass es förderlich ist, wenn sie freiwillig mitmachen, sich realistische Ziele setzen und keinen Zeitdruck haben. Die Mädchen wollen auch mehr Muskeln und kombinieren so Diät und Sport. Einige Mädchen verändern etwas an ihrem Lebensstil, um ihren Körper umzuformen. Dabei bedauern sie, dass Fastfood günstiger ist als gesundes Essen.

2 – 605 B3: *ja . also ich bin auch schon länger dran . also ich bin am abnehmen (1) aber halt nicht . ich mache keine Diät oder so . aber . auf en . (1) also auf andere Art. Ich trink viel mehr . schau halt was ich esse . mache Sport (1) gah auch is Fitness . oder einfach dussen . jogge gah oder so.*

Unter Kolleginnen tauschen sie Tipps aus, wie sie ihre Ziele erreichen können, und unterstützen sich gegenseitig. Lässt sich eine von ihnen zu stark von unrealistischem Ideal beeinflussen, versuchen die Kolleginnen ihr wieder ein realistischeres Bild zu vermitteln und zur Vernunft zu helfen. Alle kennen Mädchen, die ein problematisches Verhalten zeigen, sie sind aber nicht näher mit ihnen befreundet. Dabei sehen sie keinen Zusammenhang zwischen dem Verhalten dieser Mädchen und dem Einfluss der Medien.

### **Schönheitsoperationen**

Das Thema Schönheitsoperationen findet keine übereinstimmende Meinung in der Gruppe. Die Endgültigkeit einer Operation macht ihnen Angst. Die Mädchen befürchten, dass es eher eine Verschlechterung bringen könnte, die sie später bereuen würden. Der Identitätsverlust durch eine Operation beschäftigt einige von ihnen. Andere vertreten die Ansicht, dass eine Operation vertretbar ist, wenn jemand das Geld dazu hat und nachher glücklich ist.

3 – 637 B4: *ja es ist so logisch schaust du dich an . so im Spiegel an und denkst so . ok . nein das ist nicht . gerade so gut und du denkst ja wenn ich gross bin lasse ich das verändern aber . du bist ja dann eine andere Person wenn du das machst... ja nein weisst du . vielleicht denkst du so ja so, Idiot. es ist ein Fehler gewesen und nachher kannst du nicht mehr . wieder rückmachen*

Ein solcher Eingriff sollte gemäss den Aussagen der Mädchen, sehr gut überlegt werden und rechtfertig sich nur, wenn jemanden richtig leidet. Auch Lifting können sie nicht nachvollziehen. Die Mädchen verstehen Leute nicht, die sich Tattoos

stechen lassen, nur weil es Mode ist. Ein Tattoo sollte, aus ihrer Sicht, immer eine persönliche Bedeutung haben.

Einige Mädchen grenzen sich vom Einfluss der Bilder mit mentalen Strategien ab. Andere benützen Strategien, um ihr Äusseres zu optimieren. Einige Mädchen nehmen sich Ziele vor, um ihren Körper zu verändern. Schönheitsoperationen stehen sie kritisch gegenüber. Alle legen grossem Wert darauf, sich wohl in ihrem Körper zu fühlen.

#### 6.4 Inszenierung in den Medien

Die Nutzung der neuen Medien ist etwas Alltägliches für die befragten Mädchen. Ihre Schönheitstipps finden sie im Internet, vor allem auf YouTube. Sie zweifeln aber teilweise an diesen Tipps. Um sicherzugehen wenden sie nur Hinweise an, die auf mehreren Seiten erwähnt werden. Die Mädchen glauben ihrem Arzt oder ihrer Ärztin mehr als dem Internet.

2 – 708 B3: *ich gehe auch ins Internet*

B1: *Internet*

B3: *YouTube*

B2: *ins Internet und . ähm . bim ARZT*

I: *bim Arzt (3)*

B1: *Ernährungsberätig . o d e r s o*

I: *und wem glaubt mer in diesem Fall?*

B2: *mehr den Arzt glaubt man weil*

B3: *wil im Internet cha alles schtaa . was genau s Gegeteil hilft*

#### **Fotoshop**

Alle Mädchen wissen, dass Bilder digital nachbearbeitet werden. Es ist für ihre Generation selbstverständlich. Sie betonen, dass sie damit umgehen können. Es beruhigt sie ein wenig, wenn sie sehen, dass die perfekten Gesichter und Körper nur dank Fotoshop möglich sind. Sie erkennen gleich, was auf einem Bild verändert wurde, und wissen welcher Aufwand hinter dieser Veränderung steckt.

4 – 58 B2: *Also ich frag mich immer halt au e chli öb die Fraue da würrklich so zfriede send mit ihrem Körper, wie sie sie denn uf so Zitschritte so darstellt, ich weiss nüüt . ehm . aber ich würd mich nüüt so am Computer verbessere lah . wenn ich nüüt zfriede mit mim Körper wär (2) und . ja(3)*

## Instagram

Bis auf ein Mädchen haben alle ein Smartphone und Instagram. Facebook ist bei ihnen out. Alles was schön ist, ist Thema auf Instagram! Diese Bilderwelt ist ihr Alltag, sie machen aktiv und engagiert mit. Auf Instagram tauschen sie Bilder mit Kolleginnen aus und laden auch ihre eigenen Fotos hoch. Sie „likern“ was ihnen gefällt und kommentieren andere Bilder.

Wenn ein Mädchen sie beeindruckt, sehen sie auf ihrem Profil nach, ob sie Schönheitstipps verrät. Die Mädchen abonnieren bekannte Leute und wissen so immer, was bei diesen läuft. Auf den Bildern ist die Szenerie wichtiger als die Person selbst. Die Kulisse muss kreativ und interessant sein. Einige der befragten Mädchen laden Bilder von sich hoch. Diese müssen etwas „hergeben“. Schliesslich ist den Auftritt öffentlich, bemerken sie an. Es geht ihnen dabei, um ein positives Feedback einzuholen. Es braucht dazu eine Inszenierung, gutes Licht und eine Bildbearbeitung. Sie holen sich Tipps auf YouTube und wissen genau wie sie vorgehen müssen, um sich vorteilhaft zu präsentieren.

*1 – 119 B1: Ja, äh ja. Mer cha sech kommentiere be eim Beld, wie markiere, quasi ond de gseht die ander Person de au das Beld ond de cha mer öpis dezue schriibe. Also wenn ech es mega schöns Beld fende de schriib ech : " hey xy lueg mol, wow" ond so. ond de goht sie es go ahluege ond de.*

Die Mädchen erzählen, wie sie unzählige Aufnahmen von sich machen, bis das Foto perfekt ist. Sehr beliebt sind Portraits, wo sie sich von hinten fotografieren. Sie wissen nicht, warum es ein Trend ist. Sie fühlen sich aber bei solchen Aufnahmen (von hinten) wohler, können relaxt posieren und sehen gut aus.

*3 – 967 B1: >unterbrechend< denn fragen sie, wiso zeigsch du ned das Gsicht ode so . ich meine . ned von hinde sie fraget wieso machsch du immer Bilder von hinde?*

*B3: ech weiss ned wieso mache mer das? ech weiss es selber au ned*

*B2: Jo es esch eifach jetzt so . ja*

Nicht nur Medien bearbeiten Bilder, die Mädchen tun es auch! Es ist für sie selbstverständlich, dass sie ihre Bilder mit Apps (Facetune) auf dem Handy optimieren.

Mädchen erkennen digital bearbeitete Bilder. Sie sind eine Selbstverständlichkeit. Auch sie bearbeiten ihre Portraits und stellen diese auf Instagram um „likes“ zu bekommen.

## 6.5 Hilfestellungen

Im letzten Abschnitt der Interviews haben die Mädchen beschrieben, was ihnen hilft, den Einfluss der Bilder von Körperidealen in den Medien, zu vermindern. Sie erläutern, welche Unterstützung ihnen hilft, sich dabei wohler zu fühlen.

### Wer hilft den Mädchen?

Die Mädchen fühlen sich oft mit ihren Problemen alleine gelassen. Wichtig ist aus ihrer Sicht, darüber reden zu können. Die Gesprächspartnerinnen werden in der folgenden Reihenfolge genannt. Dabei ist die Unterstützung durch die verschiedenen Gesprächspartnerinnen sehr unterschiedlich.

Personen, die helfen	Art der Unterstützung
Gute Freundinnen	Offenheit, Vertrauen, reden über alles und über grössere Probleme
Kolleginnen (gut befreundet)	Tipps austauschen, reden, gemeinsame Ziele, gemeinsam gesund essen
Die Mutter	Positive Haltung, akzeptiert sie so wie sie sind, kocht gesund, motiviert zum Sport
Die Familie	Unterstützt, hilft Werte und Normen zu entwickeln, macht Komplimente
Die Tante	Ehrliche Meinung, hört zu, was man nicht mit der Mutter bespricht
Die Jugendarbeiterin	Gut erreichbar, Thema bekannt
Die ältere Schwester	Unterstützung, Stylingberatung
Die Sportlehrerin	Gute Fitnesstipps, Krafttraining
Der Bruder	Hat Verständnis, ermutigt
Die Lehrerin	Mut machen, Komplimente

Die genannten Personen geben ihnen Tipps, machen echte Komplimente und zeigen kein Mitleid. Es gibt ihnen Mut und motiviert sie. Besonders wichtig sind die Kolleginnen und die Freundinnen, ihre Rolle ist ganz entscheidend.

Die grösste Unterstützung für die Mädchen ist die Peergroup und die Familie.

### Dazugehören – Peergroup

Der Wunsch, zu einer Gruppe zu gehören, ist wichtig für die Mädchen.

Mit ihren Kolleginnen können sie offen über alles reden und werden nicht kritisiert. Ihre Antworten bestätigen, dass das Thema Schönheit hoch im Kurs ist und sehr viel Platz einnimmt. Sie tauschen Modetipps und Bilder aus, besprechen diese, reden

Über ihre Stars oder über Germany's next top Model (GNTM), was ihnen grosses Vergnügen bereitet. Bei der Frage, mit wem sie über die Unzufriedenheit mit ihrem Körper reden, haben alle Mädchen zuerst die Kolleginnen genannt.

1 – 653 B1: ... also ech glaube, debii si esch scho recht wechtig i üsem Alter, also es esch . Also ech glaub ned, dass es so mega extrem esch, aber eigentlech scho.

1 - 351 B6: Also bi mer esch es ned so es grosses Thema, ech tue lieber met Kolleginnen über so Züüg rede.

Die Mädchen erklären, dass sie schon als Kind „dabei sein“ wollten. Damals standen Spielzeuge im Vordergrund um dazuzugehören. Erst später wurde es wichtig, mit wem sie zusammen sind. Das Bedürfnis nach Gruppenzugehörigkeit hat, laut die Aussage der Mädchen, mit dem Schuleintritt angefangen.

1 – 672 B1: Ech mein wenn du hesch welle Barbei spele, hesch du müsse dis Barbie mitnä, söschst hesch du ned metspele chönne.

B4: Aber debii esch es Metspele ond för das hesch es Barbie brucht.

B4: aber debii esch es ned so um s' Ussehe vo der gange. Sondern halt meh um was du hesch.

B1: Ja.

B6: Ech ha s' Gefühl, im Chendergarte esch es no so, es speled no alli metenand, klar mer hed scho sini Kollege ond so.

B6: Sobald mer nochher id Schuel chond, ged es e chli Grüppli ond so, ond de probiert mer ergendwo dezue z' ghöre.

B3: Ond em Chendergarte scho au, aber weniger als wenn mer nachher id Schuel chond.

Die Akzeptanz in einer Gruppe hängt, gemäss den befragten Mädchen, vom eigenen Bemühen und vom Einhalten der Gruppenregeln ab. Das Aussehen der Kolleginnen spielt dabei keine Rolle. Sie sind der Meinung, jedes Mädchen hat sich für ihre Akzeptanz in der Gruppe zu bemühen und muss das Gelingen ihrer Integration persönlich verantworten.

1 – 309 B1: ond ech ha au s' Gefühl mer luegt scho mega uf Schönheit ond so. Aber zom Bispel, wenn ech mini Kolleginne uswähle, de lueg ech ned wer schön esch ond wer ned. Also klar Schönheit het scho mega vell z' tue demet, mer luegt scho mega vell uf das, aber es esch de doch no ned so wiit, dass mer denkt, "Ech ben nor no mit Lüüt zäme" oder so.

Die Mädchen sind generell offen, um Neue in ihrer Gruppe aufzunehmen. Sie erwarten von diesen, dass sie sich selbst um ihre Integration bemühen. Gelingt es

ihnen nicht, sind sie selbst Schuld daran. Sie beobachten, dass einige Mädchen zu keiner Gruppe gehören. Sie denken, diese Mädchen wollen es so.

1 – 655 B1: ...ech ha s' Gfühl mer muess au öpis . als Person muess mer welle i die Groppe cho, oder so . demet mer debi esch, wel mer göhnd ned uf LÜüt zue ond seged . „Du, wetsch du ned au i üses Gschpürschmichreislitze“ . sondern mer send so . welle debi si . muesch au welle debi si . so ergendwie >lacht<

1 – 659 B1: ... wenn mer jetzt kei Kollege het . de klar send vellecht die Andere Schold . wel sie dech mobbed oder so . aber als Person besch du au selber Schold. Bi üs esch es echt so . wenn öper seit „ech wot met euch abmache“ de seged mer doch ned „ne::i“ de seged mer „ok . chomsch met üs use“.

Freundschaften spielen eine wesentliche Rolle im Alltag der Mädchen.  
In ihrer Peergroup können sie über alles reden.  
Es braucht Engagement und Wille, um in einer Gruppe dabei zu sein.

### **Ehrlichkeit**

Ehrlichkeit hat einen hohen Stellenwert bei den Mädchen und wird von der Gruppe erwartet, wenn über ihr Aussehen geredet wird. Wenn sie einander falsche Komplimente machen, gelten sie als Lügnerin und sind nicht mehr glaubhaft. Auch Mitleid wollen die Mädchen nicht, denn es macht sie traurig. Wie es ihnen dabei tatsächlich geht, wird nicht immer angesprochen. Dies wird eher den sehr engen Freundinnen anvertraut.

2 – 189 B1: ... man kann ihr nicht glauben, will man denkt . ja die Person sagt es sicher . damit ich mich nüüt schlecht fühle

B3: >fällt ins Wort< man glaubt die Person nüüt

B1: ja man glaubt sie nüüt

B2: man glaubt sie nüüt

I Auch wenn es eine guti Freundin isch?

>Alle reden gleichzeitig< ja

B2: ja man cha sagen Lügneri

B3: ich glaube dir nüüt! was lügsch du! . oder so

Ehrlichkeit hat einen hohen Stellenwert bei den Mädchen und wird von der Gruppe erwartet.

## Welche Hilfe brauchen ihre jüngeren Schwestern

Die 16-jährigen Mädchen denken, dass die Jüngeren sich weniger mit YouTube befassen sollten und nicht alles glauben dürfen, was dort gesagt wird. Aber sie denken auch, die Jüngeren müssen diese Zeit selbstständig überwinden. Sie, als Ältere, können die Jüngeren „nur“ aufmuntern, wenn sie sich unwohl fühlen, und sie ernstnehmen. Weiter können sie ihnen ehrliche Komplimente machen, dies stärkt ihr Selbstvertrauen.

*1 – 557 B1: Mer cha gar ned gross helfe, sie mönd wie selber halt, wie selber dodöregah, das halt erlebe wie mer...*

## Die Rolle der Eltern

Viele der Mädchen bekommen Unterstützung von ihren Eltern, besonders von ihren Müttern. Diese sind zuverlässige Gesprächspartnerinnen, manchmal bringen sie das Thema selbst ein. Sie ermutigen ihre Töchter, kochen extra gesund, spornen sie an mehr Sport zu machen oder begleiten sie zum Arzt oder zur Ernährungsberatung. Einige der befragten Mädchen können offener mit einer Tante oder mit einer älteren Schwester sprechen, als mit ihrer Mutter. Wenige von ihnen werden von ihren Eltern kritisiert oder von Geschwister ausgelacht, dies verletzt sie sehr. Folgend können ihre Antworten nachgelesen werden.

*1 – 356 B5: Bi mer esch es eigentlech au so. Met mim Mami chan ech guet über das rede, aber min Vater, also min Papi de, ja de ned so. Aber ech glaub es esch emmer so, dass irgendwie zu öperem die Familie, dä wo mer am meisten rede cha. Zwösche mine Gschwösterti jetzt au ned so, aber (..) doch es Mami scho.*

*1 – 380 B2: Ja, zemlech oft >lacht betroffen> also es tot eim so e chli abezieh, also mer werd au so es bezeli wie deprimiert, wie wenn mer es Beld ahluegt oder so. Aber eifach, dass es eim no meh abezieht, well es eim en Person is Gsecht seit ond mer es sech ned selber denkt.*

Die Mädchen erhalten Unterstützung von ihren Familien.

## Die Werte und Normen der Eltern

Viele Aussagen der Mädchen beziehen sich auf die Werte und Normen, die in der Familie gelten. Es geht meistens darum, wie sie sich anziehen oder wie sie sich schminken. Die Aussagen schildern die Konflikte und die Auseinandersetzungen. Die Werte der Eltern müssen, manchmal über Generationen hinweg, eingehalten werden. Die Mädchen lassen sich stark von diesen Werten leiten.

3 – 555 B3: aber weisch du das esch das absolute NO GO? Met Trainerhose use z' goh . nei wörklech so ... boo ech fühle mech beleidigt

B3: >theatralisch< Also met Trainerhosen, darf ech nie us em Huus gah, // einfach so us PRINZIP

B1: >unterbrechend< OK vellecht jetzt ned grad so id Schuel döf mer ned met . Minirock ond so.

Die Mädchen lassen sich stark von den Werten und Normen der Eltern leiten.

### Welche Hilfe wünschen sie sich?

Die Mädchen wünschen sich, über ihre Themen offen reden zu können. Gespräche suchen sie, wie bereits erwähnt, am meisten mit ihrer Kolleginnen und Freundinnen. Reden mit den Freundinnen genügt ihnen nicht immer. Offensichtlich fehlen ihnen Gesprächspartnerinnen, die sie über gewisse Themen informieren. Dabei haben sie genaue Erwartungen an ein solches Gespräch. Weiter wünschen sich die Mädchen mehr Darstellungen von anders aussehenden Frauen in den Medien.

Das hilft Mädchen:

- Zusammensein mit echten Freundinnen
- Begegnungen im Jugendtreff
- Informationen über die Pubertät und alles was dazu gehört
- Gespräche mit Fachpersonen unter bestimmten Voraussetzungen
- Vielfältigere Vorbilder, wie zum Beispiel Winnie Harlow (Desigual) und molligere Filmstars, wie zum Beispiel Rebel Wilson

Wenn die Mädchen mit ihren Eltern über ein bestimmtes Thema nicht reden können oder wollen, möchten sie dies mit einer weiblichen Fachperson tun. Sie berichten über keine oder negative Erfahrungen (dies insbesondere mit Schulsozialarbeiterinnen). Ihre Erwartungen an die Fachperson formulieren sie wie folgt:

- Sie muss wissen, wie sie mit ihnen umgehen muss
- Sie soll sie ernstnehmen und verstehen, nicht kritisieren
- Ihnen nicht sagen, wie und was sie machen müssen
- Die Bemühungen der Mädchen anerkennen
- Den Mädchen Informationen geben
- Vertraulich mit den Aussagen der Mädchen umgehen
- Transparent, klar und ehrlich zu ihnen sein
- Sie sollten sich duzen lassen

Mädchen haben klare Vorstellungen, was ihnen helfen könnte.  
Sie brauchen Fachinformationen und fähige Gesprächspartnerinnen.  
Sie wünschen sich eine grössere Vielfalt bei den Models.

### **Zukunftsaussichten**

Die Mädchen wissen, dass sie nicht alleine sind in dieser kritischen Phase der Pubertät. Es geht allen so. Sie hoffen, dass sie sich besser fühlen, wenn sie älter sind.

*2 – 1101 B2: nachher so in de Lehre nüüt mehr so . ich denke, mir hend kei Ziiit . also WENIGER Zit zum Bispiel is Freibad zu go oder so und dann chommt es nüüt drauf a . wie de Körper usgseht*

*B3: und dann gsehnt es nüüt mehr alle so. Mit Chleider sieht es auch wieder anderscht aus als zum Bispiel im Bikini.*

*2 – 1089 B2: ... ob mir nach der Pubertät denke würd, ich bi unzfriede mit mim Körper wie es jetzt grad isch . oder ob mir das nur in der Pubertät händ . die Phase B3 ich glaub mir händ das hauptsächlich in der Oberstufe . also sechsti Klass oder so.*

Die befragten Mädchen gehen davon aus, dass die Unzufriedenheit mit ihrem Körper zur Pubertät gehört.

## 6.6 Darstellung der Kernaussagen aus den Interviews

Die Kernaussagen der Interviewdaten werden hier zusammengefasst dargestellt.

### **An welchen Schönheitsidealen orientieren sich Mädchen?**

Schönheit machen sowohl körperliche Merkmale, wie Charakter und Style aus. Schöne Frauen sind nicht nur in den Medien; sie begegnen Mädchen überall im Alltag. Mädchen bilden ihre Meinung seit der frühen Kindheit. Nicht die Gesellschaft bestimmt was schön ist. Das entscheidet jede für sich. Die Mädchen wollen vor allem normal sein. Der Trend ist, nicht mitzumachen. Das macht die Persönlichkeit aus!

### **Wie beeinflussen Bilder von Schönheitsidealen das Handeln der Mädchen?**

Die Mädchen vergleichen ihren Körper ständig mit Körpern von anderen Frauen. Es sind aber vorwiegend die schönen Frauen auf der Strasse, die negative Gefühle bei ihnen auslösen. Einige Mädchen können sich von diesen Gedanken ablenken, andere sind motiviert, selbst aktiv zu werden. Einige Mädchen grenzen sich vom Einfluss der Bilder mit mentalen Strategien ab. Andere benützen Strategien um ihr Äusseres zu optimieren. Einige Mädchen nehmen sich Ziele vor, um ihren Körper zu verändern. Schönheitsoperationen stehen sie kritisch gegenüber. Alle legen grossen Wert darauf, sich wohl in ihrem Körper zu fühlen. Mädchen erkennen digitalbearbeitete Bilder. Sie sind eine Selbstverständlichkeit. Sie bearbeiten ihre Portraits und stellen diese auf Instagram um „likes“ zu erhalten.

### **Was hilft und unterstützt Mädchen mit Körperidealen umzugehen?**

Die grösste Unterstützung ist für sie die Peergroup. Freundschaften spielen eine wesentliche Rolle im Alltag der Mädchen. In ihrer Peergroup können sie über alles reden. Es braucht Engagement und Wille, um in einer Gruppe dabei zu sein. Ehrlichkeit hat einen hohen Stellenwert bei den Mädchen und wird in der Gruppe erwartet. Die Mädchen erhalten Unterstützung von ihren Familien. Sie lassen sich stark von den Werten der Eltern leiten. Mädchen haben klare Vorstellungen, was ihnen helfen kann. Sie brauchen Fachinformationen und fähige Gesprächspartnerinnen. Sie wünschen sich eine grössere Vielfalt bei den Models.

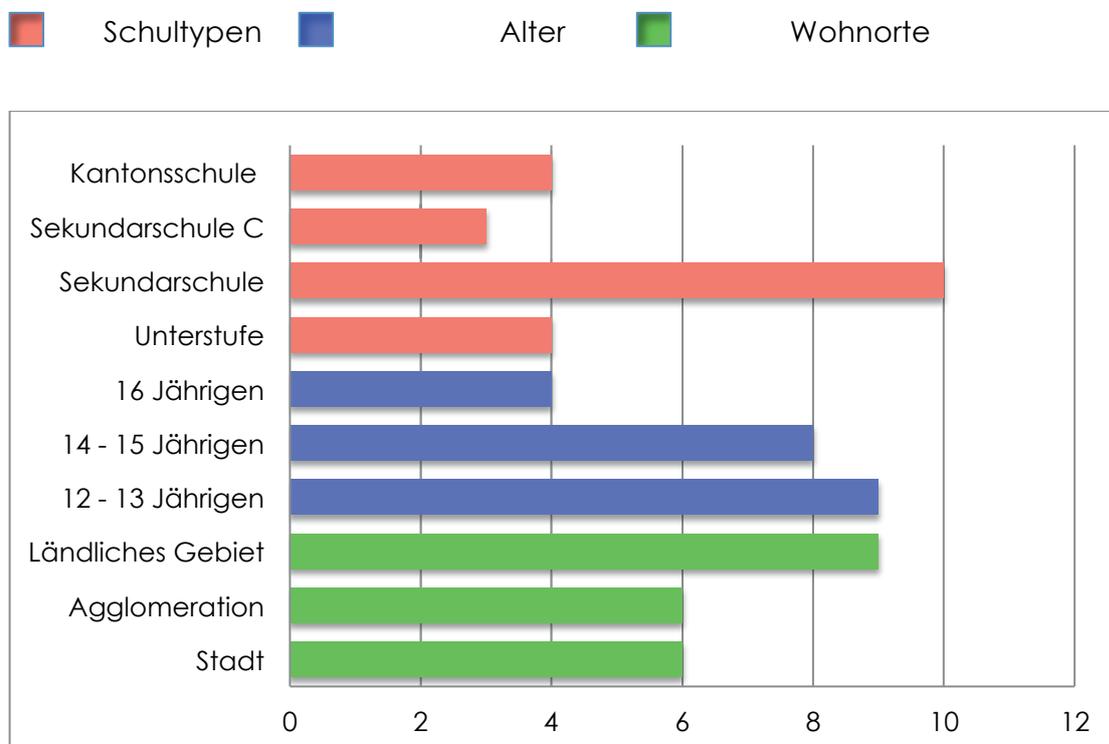
## 7 Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die Daten aus den Gruppeninterviews mithilfe von Theorien interpretiert und kommentiert. Als Erstes werden die festgestellten Unterschiede aus den Stichprobevariablen dargelegt. Als Nächstes werden die Beobachtungen aus der Gruppendynamik und die Sprachspezifikationen der Interviewteilerinnen erläutert. Die Interpretation und die Analyse der Interviewdaten schliessen das Kapitel ab.

### 7.1 Unterschiede der Stichprobenvariablen

Für die Erhebung der Daten und den anschliessenden Vergleich haben die Autorinnen Variablen definiert. Es soll untersucht werden, ob sich Unterschiede, so genannte Kontraste, in den Aussagen zwischen Mädchen aus einer Stadt, einer Agglomerationsgemeinde oder einem ländlichen Gebiet zeigen. Weiter soll überprüft werden, ob Unterschiede zwischen den verschiedenen Alterskategorien und den verschiedenen Schultypen ersichtlich sind. Die Daten wurden nach jedem Gruppeninterview verglichen und die Unterschiede festgehalten.

Abbildung 6 gibt einen Eindruck über die Verteilung der 21 Interviewteilerinnen auf die jeweiligen Kategorien.



**Abbildung 6:** Verteilung der Teilnehmerinnen nach den Variable-Kriterien (eigene Darstellung).

### **Kontrast Stadt/Agglomerationsgemeinde/ländliches Gebiet**

Es konnte kein Unterschied bezüglich des Wohnorts der befragten Mädchen festgestellt werden. Eine einzelne Aussage deutet darauf hin, dass die Mädchen vom Land die schönen Frauen eher in der Stadt antreffen. Dies kann kaum als gültiger Hinweis betrachtet werden kann.

*3 – 181 B5: ja also es isch ned nur Internet au // wenn mer irgedwi in de Stadt goht . gseht mer au schöni Fraue oder so.*

### **Kontrast Alterskategorien**

Beim Vergleich der Alterskategorien werden Unterschiede ersichtlich. Sowohl die Beeinflussung durch die Medienbilder, die persönliche Körperwahrnehmung wie die Schönheitsaktivitäten, zeigen Unterschiede zwischen den verschiedenen Alterskategorien auf. Die Autorinnen unterscheiden zwischen folgenden Merkmalen:

#### Die Suchenden

Die Mehrheit der 12- bis 13-jährigen Mädchen beschäftigt das Thema Schönheitsideal. Sie orientieren sich noch, diskutieren und sind auf der Suche. Sie müssen herausfinden, was sie überhaupt schön finden. Was ihnen gefällt. Wie sie aussehen wollen und wie sie dieses Ziel erreichen wollen. Die Mädchen sind sich bewusst, dass ihr Körper sich noch weiter ändern wird.

#### Die Zielstrebigen

Viele der 14- bis 15-jährigen Mädchen haben ihre Vorbilder und wissen konkret, wie sie aussehen möchten. Sie haben ihre Ziele definiert, und sind damit beschäftigt, diese zu erreichen.

#### Die Profis

Die Altersgruppe der 16-Jährigen zeichnet sich durch ihr grosses Wissen zum Thema Schönheitsideal aus. Diese Mädchen distanzieren sich von digital bearbeiteten Bildern von Schönheitsidealen. Sie haben bereits einige Erfahrungen gemacht, haben ihre Ambitionen teilweise revidiert und können mit der Realität vordergründig gefasst umgehen. Die genannten Unterschiede weisen darauf hin, dass die älteren Mädchen die Entwicklungsaufgabe „Akzeptieren der körperlichen Veränderungen“ (vgl. Kapitel 2) schon fast oder ganz gelöst haben. Auf diese Beobachtung wird im nächsten Unterkapitel noch genauer eingegangen.

## Kontrast Schultyp

Es kann beobachtet werden, dass die Mädchen in allen Schultypen von der Schönheitsthematik betroffen sind. Ein genauer Vergleich der Aussagen der Mädchen nach ihrem Schultyp, deutet auf Unterschiede hin. Es können Unterschiede in ihrer Ausdrucksweise beobachtet werden. Einige Mädchen haben ein geringeres Vokabular. Trotzdem gelingt es ihnen, ihre Sichtweise sehr exakt zu erläutern.

Dass Mädchen aus Schulen mit weniger Anforderungen sich hohe Ziele bezüglich ihres Aussehens setzen, könnte darauf hindeuten, dass sie weniger auf ihre schulischen Erfolge für die Konkretisierung ihrer Zukunftspläne zählen als Mädchen in höheren Bildungsniveaus. Gemäss Posch (2009) versprechen sie sich Chancen für ihre soziale Positionierung aus ihrem Erscheinungsbild, deshalb hat es für sie eine höhere Bedeutung (S.42). Ob sich die Mädchen sich gegenseitig beeinflusst haben, kann nicht abgeschätzt werden. Aufgrund der Interviewdaten kann kein Zusammenhang über die sozioökonomischen Milieus der Mädchen und der Stellung oder der Bildung der Eltern hergestellt werden.

## 7.2 Dynamik der Gruppeninterviews

Für die Interpretation der Daten werden nur die inhaltlichen Sequenzen der Interviews verwendet. Eine Analyse des interaktiven Prozesses wäre sicherlich interessant, es würde jedoch den Rahmen dieser Bachelorarbeit überschreiten. Trotzdem soll auf zwei Aspekte der Gruppendynamik eingegangen werden:

Erstens haben die Autorinnen die von Siegfried Lamnek (1993) beschriebene Gruppendynamik exemplarisch beobachten können. In alle Gruppeninterviews haben die Mädchen ihre persönliche Sichtweise dargelegt. Diese Meinungen haben sie in der Auseinandersetzung diskutiert, modifiziert und weiterentwickelt, bis ein Konsens gefunden wurde. Diese Aussage haben sie formuliert und parallel zu ihren teilweise divergierenden Meinungen als gültig erklärt (S.139). Ein gutes Beispiel dafür war die Diskussion über Schönheitsoperationen. „Diese sind nicht gut und sollten nicht durchgeführt werden“, sagen die Mädchen. „Wenn es sein muss, sollte es doch durchgeführt werden“.

Weiter haben die Autorinnen festgestellt, dass die Mädchen sich oft einer besonderen Syntax bedienen. Sie wechseln von der indirekten in die direkte Rede „man – du – ich“. Das folgende Beispiel zeigt dieses typische Satzkonstrukt, das für persönliche Aussagen oft angewendet wird.

3 – 596 B5: *ja, also man macht sich schon seine Gedanken aber schlussendlich du bist ja dich und du tust dann auch selber schauen . ja was kann ich mache, dass ich auch besser aussehe oder mir besser gefalle oder ?.*

Weil diese Form sich bei allen Gesprächen immer wieder repetiert, interpretieren die Autorinnen daraus, dass es sich um eine Ausdrucksweise der jungen Generation handelt. Nach mehrmaligem Zuhören und Vergleichen der unterschiedlichen Kontexte vermuten sie, dass die Mädchen zuerst die gesellschaftliche Sicht im ersten Teil der Sätze darstellen. Weiter wird mit der Du-Form die Ansicht der Gruppe angesprochen, die Aussage kann für jede von ihnen gelten. Die Sätze werden abschliessend mit ihrer persönlichen Stellungnahme vervollständigt.

Wie im Kapitel 5.2 erwähnt, war die Atmosphäre bei den Gruppeninterviews sehr unterschiedlich. Die wohlwollende Haltung der teilnehmenden Mädchen, ihr Interesse und Engagement hat die Autorinnen positiv überrascht. Die grosse Homogenität der Realgruppen und die gemeinsame Handlungspraxis waren spürbar und konnten ein reales Bild ihres Umfelds wiedergeben. Die Mädchen haben viel über sich preisgegeben und waren sehr offen.

### 7.3 Interpretation der Interviewdaten

In diesem Kapitel werden die Aussagen der Mädchen anhand von Theorien inhaltlich interpretiert. Dafür wurde das Modell der Entwicklungsaufgaben nach dem Ansatz von Quenzel (2015) beigezogen (siehe Kapitel 2). Die Gliederung in die drei Themenbereiche, wie in Kapitel 6, wird beibehalten.

In Anbetracht der kleinen Explorationsgruppe ist es wichtig darauf hinzuweisen, dass die Interpretationen der Interviews nur Tendenzen aufzeigen können.

An welchen Schönheitsidealen orientieren sich Mädchen heute?

#### **Schönheitsideale**

Die Antworten zu diesem Thema fielen in allen Gruppen ähnlich aus. Es zeigt sich, dass alle befragten Mädchen sehr konkrete Vorstellungen darüber haben, was sie schön finden. Ihnen gefallen trainierte, schlanke Frauenkörper – aber nicht zu dünn! – die gepflegt sind. Eine positive Ausstrahlung und eine „innere Schönheit“ gehören ebenfalls dazu. Damit verweisen sie auf innere Werte und auf ein authentisches Selbst. Die Mädchen merken an, dass sich körperliche Merkmale besser als Blickfänger eignen, als Charaktereigenschaften. Die Art und Weise, wie über Stil und Charakter gesprochen wird, lässt interpretieren, dass diese Eigenschaften mit Individualität assoziiert und entsprechend bewundert werden.

Es fällt auf, dass die Mädchen aller Gruppen für einen bestimmten Frauentyp schwärmen. Die genannten Idole sind alle Brünetten mit kindlichen Gesichtszügen. Diese Vorbilder entsprechen nicht dem Trend nach immer dünneren, androgynen Körpern. Beliebte sind schlanke Körper mit weiblichen Formen, was die Autorinnen vorerst beruhigt.

## **Meinungsbildung**

Rolf Göppel (2011) schreibt, dass Jugendlichen der jetzigen Generation, wie noch nie, von medialen, oft digital manipulierten Vorbildern umstellt sind (S. 37). Ihre Meinungen über Schönheit haben sich die Mädchen von jung auf gebildet. Um die aktuellen Trends über Körperideale zu kennen, informieren sie sich in den Medien. Ihre wichtigste Orientierungsquelle ist die Plattform Instagram (Facebook ist laut der Aussage der Mädchen „vorbei“). Dabei schildern sie ihre aktive Rolle, bei der sie Bilder „ liken“, Kommentare schreiben und sich untereinander austauschen. Jugendzeitschriften haben laut ihrer Aussage wenig Einfluss auf sie. Sie schauen sich mehr Modezeitschriften und Magazine an. Sie lernen dabei verschiedenen Styles zu kombinieren, damit etwas Neues entsteht. Die Wirkung der selbstzusammengestellten Komponenten präsentieren sie zuerst im kleineren Kreise vor guten Kolleginnen, beim Shoppen oder Zuhause vor dem Spiegel. Die Reaktionen und die Kommentare des Umfeldes sind bedeutsam und dienen der Orientierung. Ihre Ausführungen lassen erkennen, dass grundsätzlich von Jeder erwartet wird, einen eigenen Geschmack zu haben. Demzufolge besteht ihre Aufgabe zuerst darin, ihren eigenen Geschmack zu entwickeln und diesen durch Kleidung und Aufmachung erkennbar zu machen. Gemäss Alexandra König (2011) ist dies für noch wenig erfahrene Mädchen eine anspruchsvolle Leistung, die Aufmerksamkeit und Arbeit abverlangt (S.162).

Die Mädchen zitieren die Fernsehsendung „Germany's Next Top Modell“ (GNTM) als die Instanz, die entscheidet, was Schönheit ist. Diese Aussage wurde aber im Verlauf revidiert, als die Mädchen zum Schluss kommen, dass sie und die gesamte Gesellschaft bestimmen, was als schön gelte. Den Zusammenhang zwischen ihrem Konsumverhalten und der Entstehung von Trends nehmen sie wahr. Dagmar Hoffmann (2011) kommt zur selben Schlussfolgerung (S.192). Sie stellt weiter fest, dass Medien öffentlich für den Kult um den Körper verantwortlich gemacht werden. Diese Feststellung hinterfragt sie, denn aus ihrer Sicht greifen Medienproduzenten nur gesellschaftliche Themen auf und reagieren mit passenden Angeboten. Der Kult um den Körper ist demzufolge aus der Gesellschaft entstanden, und nicht von den Medien initiiert. Die Einstellung zum eigenen Körper und deren Empfindung ist folgend von der Kultur, der Gesellschaft und der Epoche geprägt. Deshalb ist es schwierig, einzelne Einflüsse zu extrahieren (ebd.).

## **Bedeutung von Schönheit**

Die meisten Mädchen sind davon überzeugt, dass ihr Erfolg von ihrem Aussehen abhängig ist und deshalb auch sehr wichtig ist. Diese hohe Gewichtung entspricht dem heutigen Zeitgeist. Gemäss Posch (2009) ist Schönheit ein sicheres Mittel zum Zweck, um Anerkennung oder Privilegien zu erhalten (S.201). Die Werbung suggeriert gemäss Natascha Walter (2012) den Frauen und Mädchen, dass ihre Selbstverwirklichung einzig durch die Vervollkommnung ihres Körpers zu erreichen ist (S.87). Auch Anne Wizorek (2014) denunziert den überhöhten Stellenwert des Aussehens in den alltäglichen Handlungen der Frauen. Eine Frau prüft im Durchschnitt alle 30 Sekunden nach, wie sie aussieht und wie sie auf andere wirken könnte. Die-

ses ständige Kontrollieren des Körpers hindere sie daran, ein entspanntes Leben zu führen und sich wohlzufühlen (S.82).

Obwohl alle Mädchen den Wunsch schön zu sein äussern, kristallisiert sich aus den Diskussionen heraus, dass sie auch Nachteile und Risiken bezüglich des Schönseins erkennen. Sie wollen nicht als unnahbar und hochnäsiger gelten und ziehen es vor, einfach normal und akzeptiert zu sein. Posch (2009) beschreibt die Doppelbotschaft von Schönheit, welche die Mädchen benennen. Den schönen Menschen werden oft negative Attribute zugeschrieben (S.23). Für Oerter und Dreher (2002) reagieren jungen Menschen auf die Wirkung des Konformitätsdrucks der Peergroup (S.375). Der Wunsch nach Normalität könnte demzufolge auch bedeuten, dass die Mädchen einem einheitlichen Schönheitsideal entsprechen wollen, um dazugehören und als „normal“ zu gelten.

Wie beeinflussen Bilder von Schönheitsidealen das Handeln der Mädchen und welche Strategien entwickeln sie dabei?

### **Zufriedenheit mit dem eigenen Aussehen**

Obwohl alle interviewten Mädchen, aus der Sicht der Autorinnen, gut aussehen, ist keines von ihnen mit ihrem Erscheinungsbild zufrieden. In drei Gruppen wurde erwähnt, dass es in der Schule ein Trend ist, über sein Aussehen zu klagen. Es ist der Vergleich mit schönen Mädchen und Frauen auf der Strasse, der sie belastet und nicht die Bilder aus den Medien. Die digitale Bearbeitung von Bildern ist den Mädchen bekannt, dieses Wissen schützt sie und hilft ihnen, sich vor deren Beeinflussung abzugrenzen (Media Literacy). In wie fern dies ihnen wirklich gelingt, stellen die Autorinnen in Frage, denn im Verlauf der Interviews wurde berichtet, dass die Bilder von Schönheitsidealen in ihren Gedanken nachwirken würden. Dabei entstehen unangenehme Gefühle und es sei nicht einfach, sich abzulenken. Die älteren Mädchen scheinen gelassener damit umzugehen als die jüngeren. Dies deutet darauf hin, dass sie, wie in Kapitel 2.6.2 beschrieben, ihren sich verändernden Körper schon besser akzeptieren. Wie es Göppel (2011) beschreibt, werden die körperlichen Veränderungen der Pubertät von Heranwachsenden mit gemischten Gefühlen wahrgenommen und haben eine hohe Relevanz für ihr Wohlbefinden (S.24f).

Weiter schildern die Mädchen, dass sie immer einen Grund fänden, sich schlechter zu sehen als sie sind. Sie würden sich auf das Negative konzentrieren und ihre schönen Attribute ausblenden. Aus ihrer Sicht sei dieses Vorgehen eine logische Konsequenz aus ihrem ständigen Vergleich mit schöneren Frauen.

### **Vergleich mit anderen Personen**

Im Kapitel 2.4 dieser Arbeit wird auf dem Thema „sich vergleichen“ eingegangen. Leon Festinger (1954) sieht in seiner Theorie des sozialen Vergleichs weitere Aspekte. Aus seiner Sicht neigen Menschen dazu, sich selbst zu beurteilen und ihre per-

sönliche Meinungen und ihre Fähigkeiten zu bewerten (S.117ff). Die Selbstkritik der Mädchen kann folglich so gedeutet werden. Diese Vergleichsmotivation ist gemäss Festinger bei unsicheren Personen höher (ebd.). Für Maria-Lena Glässel (2010) haben Mädchen, wie alle Menschen, von klein auf das Bedürfnis zu wissen, wo sie sich in ihrem sozialen Umfeld befinden. Dafür vergleichen sie sich und schätzen so ihre soziale Rangordnung ein. Dabei überprüfen sie, ob sie „dazu gehören“ und erhalten gleichzeitig Informationen über ihre Attraktivität (S.52). Der Vergleich mit digital bearbeiteten Bildern fällt meistens schlecht aus. Es bestätigt den Mädchen, wie wichtig weibliche Schönheit ist, und dass sie diese Ideale so weit wie möglich erreichen sollen (Glässel, 2010, S.52).

### **Strategien und Schönheitshandeln**

Bildern von Körperidealen haben einen direkten Einfluss auf das Wohlbefinden der befragten Mädchen; ihre Antworten bestätigen dies. Sie haben diverse Strategien entwickelt, um mit diesem Einfluss konstruktiv umzugehen. Die Autorinnen gehen davon aus, dass die unterschiedlichen Formen der Bewältigungsstrategien eng mit den jeweiligen Ressourcen der Mädchen verknüpft sind. Aus den Interviews haben sie Hinweise darüber, was bei der Wahl ihren Strategien eine Rolle spielen könnte. Wie bereits erwähnt, könnten das Alter und der Schultyp der Mädchen einen Einfluss darauf haben. Diejenigen Mädchen, denen es am besten gelingt, lenken sich ab durch wegschauen von Werbeplakaten, weiterblättern bei den Modezeitschriften oder wegklicken der Bilder auf ihre Smartphone. Andere Mädchen wählen Vermeidungsstrategien, um nicht verspottet oder kritisiert zu werden. Sie verzichten dafür auf Aktivitäten, wo sie gesehen werden; wie zum Beispiel das Schwimmengehen. Diese Strategie schränkt ihre Lebensqualität ein und löst Gefühle der Niedergeschlagenheit aus.

Göppel (2011) schreibt, dass Internetplattformen den Jugendlichen Anleitungen und Ratschläge geben, wie der Körper auszusehen hat, wie er in Form gebracht wird und wie er gestylt werden muss (S.37). Ein gutes Aussehen verlangt primär Gestaltungswillen, Selbstdisziplin und „Know-how“. Jede Einzelne trägt die Verantwortung dafür (ebd.). Diese Feststellung wird in den Aussagen der befragten Mädchen sichtbar. Sie sehen es als gesellschaftliche Anforderung, sich gekonnt zu „stylen“. Sie erklären, wie sie die Anleitungen und Filme aus den verschiedenen Plattformen und aus YouTube nützen, um Wissen und Können für ihre Selbstdarstellung zu erhalten. Die vorgestellten Bilder sind für sie die „Norm“ und es gilt, diesen Darstellungen so ähnlich wie möglich zu sein. Für Posch (2009) zielen Schönheitshandlungen auf mehr als nur die Normen einzuhalten. Im Schönheitshandeln geht es um die Verhandlung der eigenen sozialen und personellen Position. Das Erscheinungsbild wird also als Symbol interpretiert und überträgt eine Bedeutung (S.42). Für König (2011) geht es dabei um eine Selbst-Präsentation. Die Mädchen weisen damit auf ihre Persönlichkeit hin und präsentieren sich nicht nur als Nicht-mehr-Kind, sondern als eigene Person (S.162). Möglicherweise geht es den Mädchen dabei nicht nur um das Bedürfnis, sich selbst zu inszenieren, sondern um die Bestätigung, dass sie zur Gesellschaft gehören. Mit ihrer Aufmachung wollen sie den Trends und den gängigen Schönheitsnormen entsprechen. Gleichzeitig beto-

nen sie dadurch auch die eigene Kreativität und ihren Wunsch nach Individualität. Sie definieren sich als selbstbestimmt, machen aber bei den Trends mit. Für diese Ambivalenz wissen sie keine Erklärung. Diese Haltung soll gemäss Posch (2009) typisch für moderne Menschen sein, welche sich nicht manipulieren lassen wollen (S.193). Sie sind informiert, unabhängig und bestimmen ihr Handeln selbst. Deshalb interpretieren die Mädchen ihre Schönheitspraktiken als Entscheidungen, die sie unbeeinflusst treffen. Dies entspricht dem heutigen Zeitgeist, der sie glauben lässt, dass sie den Manipulationen widerstehen können (ebd.).

„Nicht Kleider machen Leute, sondern Körper machen Leute“ schreibt Posch weiter (2009, S.194). Sie ist der Ansicht, dass die ästhetischen Standards von der Kleidung auf den Körper verlagert wurden. Diese Ausführung trifft für die meisten Mädchen zu. Sie wollen ihren Körper ändern und berichten über ihre Diätversuche. Laut ihrer Aussagen spielt die Gruppendynamik eine bedeutende Rolle bei solchen Unternehmungen und die Erfolge hängen oft von der Unterstützung der Peers ab. Sie sind sich einig, dass es mit Willen und Durchhaltevermögen möglich ist, realistische Ziele zu erreichen. Die Meinungen zum Thema Schönheitsoperationen gehen allerdings auseinander. Die Angst, dass die Resultate nicht überzeugen könnten, überwiegt.

### **Inszenierung in den Medien**

Den Autorinnen wurde bei den Interviews bewusst, welche Bedeutung die Inszenierung in den Medien für die Mädchen hat. Diese berichten, wie die Vorbereitung ihres Internetprofils sorgfältig geplant wird. Die Location, das Licht, die Pose und die Kleider müssen passen. Es geht ihnen um ihre Inszenierung und bestimmte Feedbacks. Wichtig ist ihnen, sich dabei nicht zu blamieren und gleichzeitig nicht alles über sich preisgeben. Der Trend, sich von hinten abbilden zu lassen, können sie nicht erklären. Für die Autorinnen könnte diese Vorgehensweise darauf abzielen, ihre Unsicherheit zu verbergen und sich vor Kritik zu schützen. Das Wissen und die nötigen Programme helfen den Mädchen ihre Bilder zu bearbeiten, damit ihre Instagram-Auftritte gelingen. Es zeigt ihre Kompetenzen auf und entspricht dem festgestellten Umgang der heutigen Mädchen mit neuen Medien. Tillmann (2008) ist der Ansicht, dass diese Selbstrepräsentation den Mädchen dient, weil es eine Möglichkeit ist, kontinuierlich Rückmeldungen und Anerkennung zu erhalten (S.131ff). Dadurch engagieren sie sich emotional und erweitern so ihr soziales Netzwerk. Ein Gefühl der sozialen Zugehörigkeit stellt sich durch die positiven Rückmeldungen auf ihre (virtuelle) Identität und durch ihre Partizipation ein (ebd.).

Welche Unterstützung ist für Mädchen wichtig, im Umgang mit Körperidealen?

### **Unterstützung**

Auf die Frage, was sie unterstützen könnte, um die Botschaften der abgebildeten Körperideale in Frage zu stellen und sich damit vor den vermittelten Inhalten bes-

ser zu schützen, haben die Mädchen folgenden Aspekten erwähnt: Die Unterstützung der Peergroup und der Familie, wie auch deren Werte der helfen ihnen. Weiter wünschen sie sich mehr Informationen zum Thema Pubertät.

### **Peergroup**

Die Aussagen zum Thema „Peersgroup – dazu gehören“ geben wieder, wie die befragten Mädchen die Entwicklungsaufgabe „Aufbau sozialer Bindungen“ in ihrem Alltag bewältigen, und was ihnen dabei hilft (Quenzel, 2015, S.28). Relevant ist, welchen Stellenwert sie dem „dazu gehören“ beimessen und welche Kompetenzen dafür nötig sind. Tragfähige soziale Beziehungen zu Gleichaltrigen, aufgrund ihrer Symmetrie und ihrer Gegenseitigkeit, werden gemäss Quenzel (2015) als wichtiger Faktor für die Persönlichkeitsentwicklung erkannt. In diesen Interaktionen werden persönliche Standpunkte überprüft und verglichen um zu lernen, wie gemeinsame Problemlösungen entwickelt werden (S.71). Im Übergang zwischen der Kindheit und dem Jugendalter wandelt sich die Qualität dieser Beziehungen; gegenseitiges Vertrauen, Loyalität so wie Unterstützung bei Problemen nehmen zu. Ein Gefühl der Intimität und der Einmaligkeit entsteht, was Jugendlichen hilft, Emotionen wahrzunehmen und zu regulieren (ebd.). Gelingt es ihnen, dauerhafte Freundschaften zu schliessen, können sie emotionale Stabilität erfahren, was bedeutend für ihre Persönlichkeitsentwicklung und für die Ablösung von ihren Eltern ist (S.74). Diese Entwicklung bestätigen die Mädchen: Als Kinder standen Spielzeuge im Vordergrund, um dazu zu gehören. Später wurde es wichtig, mit wem sie zusammen sind. Dieses Bedürfnis nach Gruppenzugehörigkeit soll mit dem Schulanfang einhergehen, was die oben erwähnte Theorie belegt.

Im Austausch mit ihren guten Kolleginnen fordern die Mädchen absolute Ehrlichkeit. Man macht einander nichts vor. Ihre Akzeptanz in einer Gruppe hängt vom eigenen Bemühen ab und vom Einhalten der Gruppenregeln. Schönheit ist kein Kriterium um dazu zu gehören, aber doch wichtig. Aus den teilweise widersprüchlichen Antworten verstehen die Autorinnen, dass die Peergroups klare Erwartungen in Bezug auf ihr Aussehen und ihre Kleidung definieren. Regeln einhalten steht im Vordergrund und nicht das Erscheinungsbild. Deswegen verantwortet jede ihre Akzeptanz in der Gruppe selbst und bemüht sich entsprechend darum.

Aus der Literatur ist gemäss Posch (2009) bekannt, dass nicht alle Jugendlichen einen Freundeskreis haben (S.72). Die Empfindung, sich angenommen zu fühlen, anerkannt und geliebt zu sein, ist sehr wichtig und hat Auswirkungen auf die Bildung der Geschlechtsidentität (S.76). Bewältigungsprobleme erhöhen das Gefühl der Einsamkeit. Junge Frauen ohne Freundinnen verhalten sich kritischer, zeigen einen Hang zu Selbstverletzung oder zu Substanzkonsum (S.75). Die nicht Bewältigung der Entwicklungsaufgabe „Aufbau sozialer Bindungen“ hat für ihr gesundheitliches Wohlbefinden gravierende Folgen. In der hiesigen Forschungsarbeit traf dies bei keinem der Mädchen zu, denn es wurden nur Realgruppen für die Interviews eingeladen. Für eine nutzbare Intervention wäre wichtig, die Sicht der „isolierten“ Mädchen ebenfalls zu untersuchen.

## **Rolle der Eltern**

Die befragten Mädchen leben alle in Familienkontexten und werden mehrheitlich gut unterstützt (besonders von ihren Müttern). Sie haben mindestens eine Vertrauensperson in der Familie. Aus den Aussagen wurde ersichtlich, dass unangebrachte Kritiken und Kommentare von Familienangehörigen, die Mädchen belasten und sie verunsichern. Ihre Eltern nehmen dessen Konsequenzen nicht immer wahr, was das Unwohlgefühl noch steigert. Ein gutes Verhältnis zu den Eltern begünstigt gemäss Quenzel (2015) den Aufbau sozialer Bindungen zu den Peers und erleichtert die Aufnahme von Freundschaften und romantischen Beziehungen. Umgekehrt können gute Freundschaften eine fehlende emotionale Unterstützung der Eltern ausgleichen (S.73). Quenzel nennt eine Reihe von Studien, die den Zusammenhang zwischen der Qualität von sozialen Beziehungen im Elternhaus und der Bindungsfähigkeit von Jugendlichen belegen. Demzufolge können Eltern bedeutend dazu beitragen, wie ihren heranwachsenden Jugendlichen die Entwicklungsaufgabe „Aufbau sozialer Bindungen“ gelingt (ebd.).

## **Werte der Familie**

Der Einfluss und die Urteile ihrer Eltern haben einen hohen Stellenwert für die Mädchen. Sie übernehmen deren Werte als Orientierung, auch wenn sie diese Werte nicht einhalten. Die Entscheidungen ihrer Eltern können sie nicht immer nachvollziehen, trotzdem vertrauen sie darauf, dass diese zu ihrem Wohl handeln. Auffällig ist, wie die Themen Schminken und Kleidung die Familienwerte in hohem Masse tangieren. Das Ausleben der Freiheit, das Tragen zu können, was sie wollen, ist manchmal nicht machbar. Einerseits gibt es Anlässe, wo man sich entsprechend angepasst kleiden muss. Andererseits gibt es teilweise auch Konflikte mit den Eltern, die ihnen Grenzen setzen. Auch hat der finanzielle Aspekt einen hohen Stellenwert bei ihren Gestaltungsmöglichkeiten und führt oft zu Auseinandersetzungen mit den Eltern. Trotzdem scheint es, dass die Mädchen ein Repertoire an Wissen haben, wie sie sich durchsetzen können und handeln sich so viel Freiheit wie möglich aus. In den Gruppeninterviews wurden einige der Familienwerte dargelegt, verglichen und über die Unterschiede diskutiert, ein Prozess, der zur eigenen Wertvorstellung führt.

## **Konkrete Wünsche**

Mit der Frage, was ihnen helfen könnte, mit ihrer Körperunzufriedenheit umzugehen, haben die Mädchen konkrete Ideen spontan formuliert. Es hilft ihnen Informationen über die Pubertät und über ihre körperlichen Veränderungen zu erhalten. Sie wünschen sich einen Rahmen, wo sie offen über dieses Thema reden können. Von ihren Erfahrungen ausgehend, haben sie genaue Vorstellungen und Erwartungen, wie diese Gespräche stattfinden müssten (siehe Kapitel 6.5).

## 7.4 Analyse aus den Forschungsbeobachtungen

Dieses Kapitel dokumentiert die wichtigsten Erkenntnisse aus den Forschungsbeobachtungen und den Diskussionen der Autorinnen. Hier wird der Frage nachgegangen: Warum zeigen die befragten Mädchen so deutliche Unterschiede im Umgang mit Körperidealen aus den Medien? Für die Interpretation wurden die Theorien aus Kapitel 2 beigezogen.

Die Ergebnisse (vgl. Kapitel 7.3) legen dar, dass ein Vergleich mit idealisierten Frauenbildern bei allen befragten Mädchen eine Körperunzufriedenheit auslöst. Die folgende Abbildung 7 illustriert die Entstehung der Körperunzufriedenheit.

Mit „ICH“ ist das Mädchen als Subjekt gemeint. Das Bild eines idealisierten Frauenkörpers, wobei es sich auch um Frauen aus ihrem Alltag handeln kann, ist hier als „Anreiz“ dargestellt. Der Vergleich des Bildes mit dem eigenen Körper, löst bei allen Mädchen eine Körperunzufriedenheit aus.



**Abbildung 7:** Entstehung der Körperunzufriedenheit (eigene Darstellung).

Auffallend in den Ergebnissen ist, wie unterschiedlich die Mädchen die Herausforderung mit den Bildern von Körperidealen bewältigen. Folgend zeigen die Autorinnen die beiden extremsten Strategien auf: Das sofortige Handeln durch Ablenkung und das langzeitige Projekthandeln.

**Sofortiges Handeln:** Einige Mädchen reagieren sofort auf den Anreiz eines idealisierten Frauenkörpers um ihre Körperunzufriedenheit zu bewältigen. Ihre Strategien sind das Wegklicken des Bildes, das Wegschauen oder sich ablenken. Ihr Ziel erreichen sie, wenn diese Störung eliminiert ist und sie wieder soweit zufrieden sind.



**Abbildung 8:** Sofortige Handlungsstrategie von Mädchen (eigene Darstellung).

Das **Langzeitige Projekthandeln** wird als Handlungsstrategie anhand der Interviewaussagen exemplarisch dargelegt. Das zielgerichtete Vorgehen der Mäd-

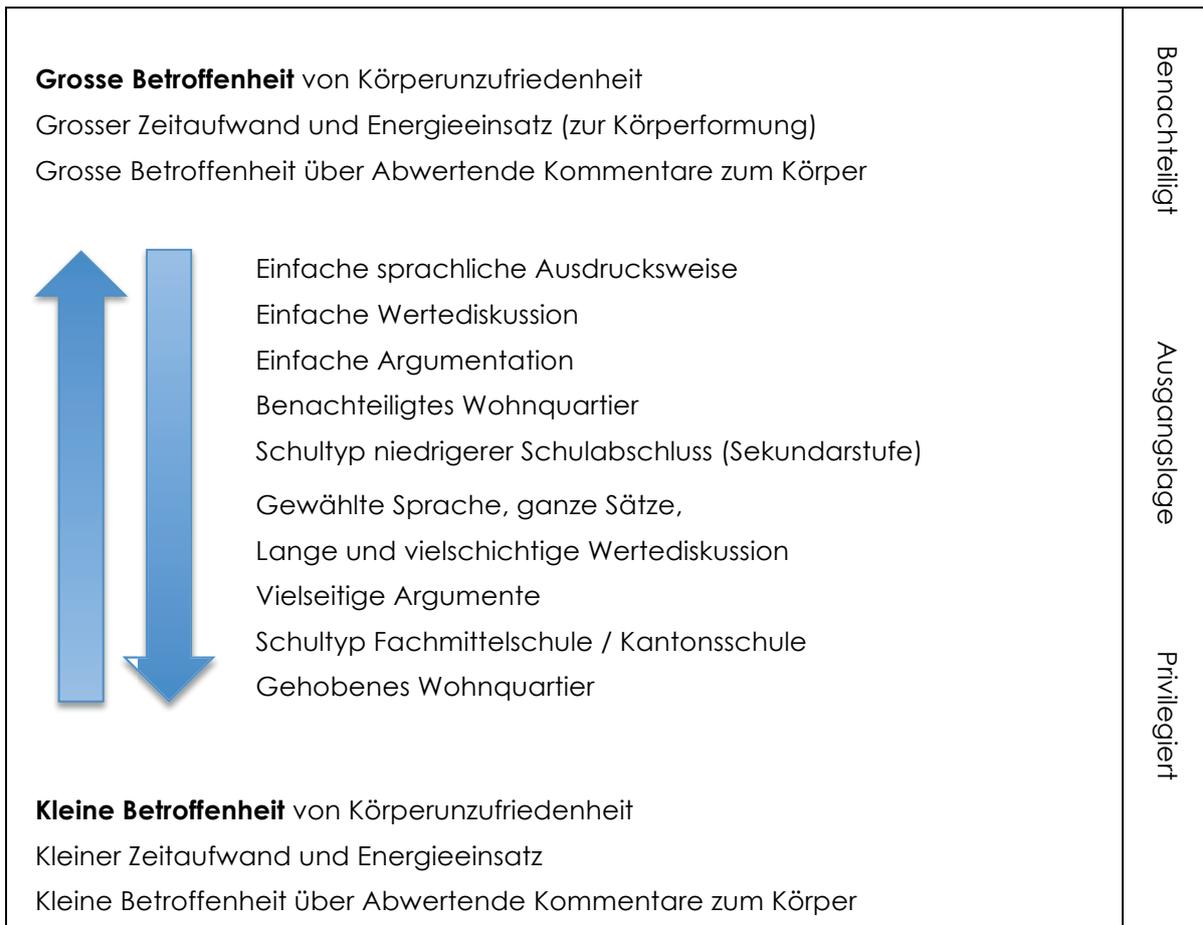
chen gleicht einem Projektdesign, in welchem sie sechs Stufen durchlaufen. Wie in Kapitel 6.2.3 beschrieben, suchen die Mädchen Beratungen auf, informieren und orientieren sich gründlich, bevor sie ihre Planung und Zielsetzung aufnehmen. Dann folgt die Umsetzung ihres Projekts und in ihrem Fall, ein halbes Jahr später, die Evaluation. Wenn der gewünschte Effekt sich noch nicht eingestellt hat, fällt der Entscheid zu einer Verlängerung um ein weiteres halbes Jahr und eine erneute Zielausrichtung.



**Abbildung 9:** Langzeit-Projekt zur Körperperformance von Mädchen (eigene Darstellung).

Wie in den Ergebnissen dargestellt (vgl. Kapitel 7), kann die neue Zielausrichtung einen Neustart dieses Ablaufs bedeuten. Diese zwei gegensätzlichen Handlungsstrategien werfen die Frage auf: Wieso gelingt es den einen Mädchen mit einer sofortigen Handlung für den Moment ein erträgliches Körpergefühl herzustellen, während andere sich ein Jahresprogramm zusammenstellen? Für die Beantwortung der Frage nach Unterschieden und Analogien zwischen den Mädchen waren die Forschungsbeobachtungen richtungsweisend. Sowohl kleine Randbemerkungen wie auch die sprachliche Ausdrucksweise flossen in ein Gesamtbild zu den Mädchen und ihrer Lebenswelt zusammen. Es zeigt sich, dass alle Mädchen wirklich schön sind, eine tolle Ausstrahlung haben und trotzdem sind sie unzufrieden mit ihrem Körper oder bestimmten Körperteilen. Ebenso ist die Hälfte der Mädchen sehr schlank; keines ist übergewichtig und es sind keine sichtbaren Handicaps auszumachen. Alle Mädchen haben Freundinnen und betätigen sich aktiv in ihrer Freizeit. Den Mädchen sind die gesellschaftlichen Werte und Normen bekannt und sie können dazu selbstbewusst Stellung beziehen. Dennoch zeigen die einen eine grössere Betroffenheit über ihre Körperunzufriedenheit wie andere Mädchen, dies lässt nach Unterschieden suchen. Unterschiede zeigen sich im Schultyp, der sprachlichen Ausdrucksweise und der Vielseitigkeit und Tiefe der Diskussion. Am stärksten zeigt sich ein Unterschied in der aufgewendeten Zeit und Energie zur Körperperformance und vor allem in ihrer persönlichen Betroffenheit von der Körperunzufriedenheit.

Die beobachteten Unterschiede wurden von den Autorinnen in einer Skala zur persönlichen Betroffenheit positioniert und durch weitere Aspekte ergänzt.



**Abbildung10:** Skala der Betroffenheit von Körperunzufriedenheit (eigene Darstellung der Forschungsbeobachtungen).

Die Mädchen mit dem Langzeitprojekt und der hohen Betroffenheit von der Körperunzufriedenheit können der oberen Hälfte der Skala (Abbildung 10) zugeordnet werden. Nach dem Schultyp und dem Wohnquartier (den Autorinnen bekannt) zu schliessen, kann von einer benachteiligten Ausgangslage der Mädchen gesprochen werden. Diese Annahme deutet auf eine erkennbare Verknappung von Bewältigungsressourcen in den unteren Schichten, nach Aussage von Heiner Keupp (2000, S. 23f) hin. Richter (2008) spricht davon, dass Kinder in eine bestimmte sozioökonomische Umwelt hineingeboren werden, und dieses wiederum erheblich mit ihren Entwicklungschancen verknüpft ist. Eine soziale Benachteiligung im Kindes- und Jugendalter kann eine weitere soziale und gesundheitliche Benachteiligung nach sich ziehen (S.17f.). Dies stellt nach Keupp ein erhöhtes Gesundheitsrisiko dar (vgl. Kapitel 2.6), wie sich in der stärkeren Betroffenheit zur Körperunzufriedenheit der Mädchen zeigt. Bei den betroffenen Mädchen im langzeitigen Projekthandeln zeigte sich eine grosse persönliche Betroffenheit im Interview. Wenn davon ausgegangen werden kann, dass eine Nichtbewältigung von Entwicklungsherausforderungen ein Niedergeschlagenheitsgefühl auslöst, dann ist diese Betroffenheit sehr ernst zu nehmen.

Aus ihren Forschungsergebnissen und Beobachtungen stellen die Autorinnen fest, dass nicht die Medienbilder alleine das Problem sind, sondern die mangelnden Bewältigungsressourcen der Mädchen. Diese Erkenntnis ist für die Diskussion im folgenden Kapitel, sowie für die Beantwortung der Fragestellung und die Handlungsempfehlungen richtungsweisend.

## 7.5 Diskussion

Diese qualitative Forschungsarbeit zeigt auf, dass es für Mädchen ganz normal ist, mit Schönheitsidealen aufzuwachsen. Sie orientieren sich daran und lernen mit den täglichen Verunsicherungen umzugehen. Nach Posch (2009) findet hierbei eine Bindung zwischen Individuum und Verschönerung statt (S.216) und gleichzeitig eine „intellektuelle und emotionale Entkopplung von Schönheit und Gesellschaft“ (ebd.). Das Schönheitshandeln wird als individuelle freie Entscheidung (vgl. Kapitel 7) gesehen und wahrgenommen. Ein Erfolg oder Misserfolg wird somit auf die eigenen Fähigkeiten und die eigenen Bemühungen zurückgeführt. Wie im Interview mit dem Satz, „dann muss ich mich halt noch mehr anstrengen, dann schaff ich das schon“, gut aufgezeigt werden kann. In der „Optionsgesellschaft“ gelten nach Keupp (2000), wie in Kapitel 2.7 beschrieben, die vielfältigen Chancen jedoch nur für die höheren Schichten, während bei den unteren Schichten eine Verknappung der Bewältigungsressourcen (vgl. Kapitel 2) besteht (S.27). Es kann von einer Ungleichheit in den Bewältigungsmöglichkeiten nach persönlicher Ausstattung, sozialen oder strukturellen Voraussetzungen ausgegangen werden. Dies wurde in den theoretischen Grundlagen durch Studien und Fakten (vgl. Kapitel 2) sowie durch die Forschungsbeobachtungen bestätigt. Für die Autorinnen zeigt sich hierin die Brisanz der Thematik. Die Schönheitsdarstellungen in den Medien sind für Mädchen in der Orientierungsphase nicht allein problematisch. Entgegen der Vermutungen der Autorinnen stehen den Mädchen vielfältige Handlungsmöglichkeiten und -strategien im Umgang mit Körperbildern zur Verfügung. Als problematisch zeigt sich vielmehr die Verknüpfung von Schönheitshandeln mit der Steigerung von Erfolg, Selbstbewusstsein, körperlichem Wohlbefinden und Glück. Sowie der Zusammenhang zwischen Schönheit und der Möglichkeit angesprochen zu werden und zu einer Gruppe zu gehören. Auch die Vorstellung der Mädchen, dass sie nur mit einem Idealkörper „Normal“ sind und somit den gesellschaftlichen Anforderungen genügen, zeigen sich als eigentliche Problematik. Dies wird von der Schönheitsindustrie schamlos ausgenutzt, indem sie den schönheitsbehandelten Körper als Norm für alle, als „Norm-al“ darstellt und für ihre Produkte wirbt. Wie stark Mädchen tatsächlich an ihrer Körperunzufriedenheit oder einem Scheitern in ihren Schönheitshandlungen, wie Bodyforming mit Diäten leiden, ist schwer messbar. Wenn sich jedoch eine Körperunzufriedenheit bei allen interviewten Mädchen feststellen lässt, kann dies eine Tendenz aufzeigen, die ernst zu nehmen ist. Im Besonderen weil die Körperzufriedenheit einen Einfluss auf ihr gesundheitliches Wohlbefinden hat. Aufgrund dieser Darlegungen ist der Umgang von Mädchen mit Medienbildern nur eine stellvertretende Herausforderung von vielen weiteren in den Entwicklungsaufgaben im Jugendalter. Wenn sich eine Nichtbewältigung in einer dieser Herausforderungen auf die zukünftige Lebensge-

staltung auswirkt, ist dies ernst zu nehmen. Vor allem wenn eine nachhaltige Bewältigung von den persönlichen und strukturellen Ausgangslagen im Jugendalter abhängt (Hurrelmann, 2010, S.133), zeigen sich hier gesellschaftlich ungleiche Ausgangslagen für Mädchen. Ein eventueller Misserfolg der Mädchen im produktiven Umgang mit Schönheitsidealen stellt daher immer auch ein gesellschaftliches Scheitern dar und darf nicht als Misserfolg der Mädchen – als Privatsache – gesehen werden.

Dies verpflichtet die Professionellen der Sozialen Arbeit für einen gerechten Ausgleich der Ressourcen einzustehen, wie im Kapitel 2.7 bereits erläutert wurde. Wie dies umgesetzt werden kann, wird im Kapitel 8.1 näher erläutert.

## 7.6 Beantwortung der Fragestellung und Hypothese

Bei der Beantwortung der Fragestellung wird zuerst auf die drei Teilfragen aus den Interviews eingegangen. Die Ergebnisse der Teilfragen liefern die Grundlage für die Beantwortung der Hauptfrage. Die anschließenden Ausführungen fassen die theoretischen und empirischen Forschungsergebnisse zusammen und bilden die Ausgangslage für die Hypothesen.

### **An welchen Schönheitsidealen orientieren sich Mädchen heute?**

Die befragten Mädchen orientieren sich an aktuellen Schönheitsidealen aus der Gesellschaft. Von klein auf bilden sie sich durch Kommentare aus der Umgebung, den Abbildungen von Frauen in den Medien, das Aussehen anderer Frauen und im Austausch mit Freundinnen ihre Meinung darüber, was „schön“ ist.

### **Wie beeinflussen Bilder von Schönheitsidealen das Handeln der Mädchen und welche Strategien entwickeln sie dabei?**

Bilder von schönen Frauen aus den Medien und dem Alltag beeinflussen die befragten Mädchen stark. Sie vergleichen ihren Körper mit bearbeiteten Bildern. Praktisch immer folgt dem Vergleich eine Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper. Sie wünschen sich gleich oder ähnlich wie die Darstellungen auszusehen. Als Reaktion darauf entwickeln sie verschiedene Strategien, um diese unangenehmen Gefühle auszuhalten. Eine Strategie ist das Ablenken durch Wegdrücken eines Bildes auf dem Smartphone oder Wegschauen bei Werbebildern. Dies gelingt den Mädchen nicht immer und nicht allen gleich gut. Einige von ihnen entwickeln ihr eigenes Projekt mit konkreten Zielsetzungen zur Körperformung (z.B. durch Sport und/oder gezielten Diäten). Alle Mädchen optimieren ihr Äusseres mit passender Kleidung. Schminke unterstreicht ihr Aussehen und muss dabei natürlich wirken. Vermeidungsstrategien wenden diejenigen an, die bewusst ihre Körperformen nicht zeigen wollen. Dazu gehört zum Beispiel es zu vermeiden ins Schwimmbad zu gehen, oder kein bauchfreies T-Shirt zu tragen. Der Umgang mit bearbeiteten Bildern in den Medien ist für alle Mädchen eine Selbstverständlichkeit. Auch sie bearbeiten ihre Bilder mit Filtern um diese auf Instagram zu stellen.

### **Welche Hilfe erachten Mädchen als wichtig im Umgang mit Körperidealen?**

Nach Aussagen der Mädchen erfahren sie die grösste Unterstützung in ihrer Peergroup. Dort können sie über alles reden, sich gegenseitig unterstützen, motivieren und Tipps geben. Offene Begegnungen im Jugendtreff unterstützen sie bei Problemen und sind für sie sehr wichtig. Von Fachpersonen erwarten sie eine offene Tür, Informationen und einen adäquaten Umgang mit ihnen. Die Familien, insbesondere die Mütter, können die Mädchen mit Ermutigungen, Verständnis, offenen Gesprächen und der Vermittlung zuverlässiger Werte unterstützen. Als konkrete Unterstützung wünschen sie sich mehr Wissen über die Pubertät. Vielfältigere Bilder von Models in den Medien würden ihnen helfen, sich so zu akzeptieren, wie sie sind.

### **Was hilft Mädchen im produktiven Umgang mit Körperidealen aus den Medien?**

Eine produktive Realitätsverarbeitung (Hurrelmann, 2010, S.133) im Umgang mit den Körperidealen aus den Medien gelingt den Mädchen, wenn sie eine Möglichkeit finden, ihre eigenen Bedürfnisse mit den Anforderungen der Umwelt und ihren eigenen verinnerlichteten Werten und Normen zu vereinbaren (vgl. Kapitel 2.5). Bei der Orientierung helfen ihnen Gespräche darüber, was „schön ist“ in ihrer Familie und in ihrem Umfeld. Ein Meinungs austausch mit den Freundinnen und Vertrauenspersonen zum Thema Schönheit hilft ihnen, sich eine eigene Meinung zu bilden. Im Speziellen sind das Akzeptieren des veränderten Körpers, die Aushandlung einer „neuen“ Geschlechtsidentität und der Aufbau von Freundschaften relevant. Gleichzeitig tragen die Möglichkeiten zur schulischen Qualifizierung für alle Mädchen zu einer befriedigenden Perspektivenentwicklung bei (ebd.). Eine positive Bewältigung der Herausforderungen im Jugendalter wirkt sich positiv auf ihrem Umgang mit Medienbildern aus. Der Freizeitbereich bietet Mädchen vielfältige Möglichkeiten, um sich einzubringen, mitzuentcheiden und ihre persönlichen Kompetenzen zu entwickeln. In der Schule können ein gutes Schulklima und nicht „curriculare“ Projekte zur Stärkung der Persönlichkeit beitragen und den Aufbau von Beziehungen unter den Schülerinnen fördern. Ebenso kann die Schule Wissen vermitteln, wie die einzelnen Entwicklungsaufgaben erfolgreich bewältigt werden können. Niederschwellige Angebote können Mädchen mit weniger guten Ausgangslagen und geringen Ressourcen in den Herausforderungen im Jugendalter gut unterstützen. Dazu gehören die offenen Gesprächsmöglichkeiten mit Fachpersonen in der Jugendarbeit oder im Mädchentreff. Grundsätzlich hilft Mädchen eine persönlichkeitsstärkende und gesundheitsfördernde Unterstützung.

Aus der Beantwortung der Fragestellungen ergibt sich die Hypothese 1.

#### Hypothese 1

Wenn Mädchen über genügend Bewältigungsressourcen verfügen, können sie besser mit ihrer Körperunzufriedenheit umgehen.

Bei der Bearbeitung der Fragestellungen, hat sich eine zweite Hypothese herauskristallisiert. Die Hypothese 2 bildet die Überleitung zur Relevanz für die Berufspraxis der Sozialarbeitenden. Diese wird im folgenden Kapitel 8 noch vertieft erläutert.

#### Hypothese 2

Wenn Sozialarbeitenden sich der Tragweite der ungleichen Bewältigungsressourcen von Mädchen bewusst sind, können sie wirkungsvolle Präventionsmassnahmen entwickeln.

## 8 Schlussfolgerungen

Dieses Kapitel der Bachelorarbeit widmet sich den berufsrelevanten Schlussfolgerungen und gibt Handlungsempfehlungen für die Berufspraxis. Ein Ausblick zum Thema „Ich bin kein Model - aber Top!“ und weitere offene Fragen, sowie das persönliche Fazit runden diese Arbeit ab.

### 8.1 Handlungsempfehlungen

Wie in der vorliegenden Arbeit aufgezeigt werden konnte, sind es nicht die Medienbilder allein, sondern die ungleichen Voraussetzungen zur Bewältigung von Entwicklungsaufgaben, die einen Handlungsbedarf bestätigen. Nur durch spezifisches Wissen können adäquate Projekte, Massnahmen und Programme zur Gesundheitsförderung wirkungsvoll entwickelt werden. Ansatzpunkte zur Prävention zeigen sich direkt bei den Mädchen und in ihrem Umfeld. Die befragten Mädchen haben mehrfach erwähnt, dass sie sich mehr Wissen über die Pubertät und den Umgang mit Herausforderungen im Jugendalter wünschen. Dieses spezifische Wissen zu vermitteln, könnte in einem Projekt der Schulsozialarbeit oder Jugendarbeit eingebettet sein. Gleichzeitig nutzen die Mädchen gerne die niederschweligen Angebote der Jugendarbeit und der offenen Mädchentreffs. Die Angebote zur Beteiligung in den Angeboten für Jugendliche sind eine wichtige Möglichkeit, um sich ausserschulische Kompetenzen zu erschliessen. Angebote, die den Zugang zu einer Mädchengruppe ermöglichen sind sehr wichtig. Wie bereits aufgezeigt werden konnte, ist die Peergroup für Mädchen die wichtigste Ressource in der Bewältigung von Herausforderungen in der Pubertät. Dabei spielt der Freizeitbereich der Mädchen eine grosse Rolle. Schauen wir in das Umfeld der Mädchen, so zeigt sich, wie ein afrikanisches Sprichwort besagt, dass es zur Erziehung eines Kindes ein ganzes Dorf braucht. Diese Idee nimmt das Programm „Bildungslandschaften Schweiz“ auf, indem es für die Erziehung eines Kindes das ganze Netzwerk um die Schule miteinbezieht. Eltern, Lehrpersonen, Personen aus der Sozialarbeit, Sporttrainerinnen und -trainer tauschen sich aus und koordinieren ihrer Angebote. Das Ziel ist es, allen Kindern eine gerechte Chance auf Bildung zu ermöglichen (Bildungslandschaften Schweiz, ohne Datum). Neben dem Ansatz der Bildungslandschaften finden sich in der integrierten Quartierentwicklung weitere Handlungsmöglichkeiten für benachteiligte Familien in Quartieren. Darin werden alle notwendigen Handlungsfelder miteinbezogen und miteinander verknüpft, um eine nachhaltige Wirkung erzielen zu können (Programms Projets Urbains, 2011, S.25). Gerade benachteiligte Familien oder Kinder mit besonderen Bedürfnissen, bedingen eine achtsame Begleitung, die möglichst früh beginnt. Nach Mathilde Schulte-Haller (2008) ist es wesentlich „Defizite in bildungsfernen Milieus frühzeitig aufzufangen und auszugleichen. Wissenschaftliche Untersuchungen belegen, dass frühkindliche Entwicklungsrückstände (primäre soziale Ungleichheiten) im Kindes- und Jugendalter nicht mehr wettgemacht werden können“ (S.14). Gerade im Bereich der Frühen Förderung hinkt die Schweiz laut Martin Hafén (2015) im internationalen Vergleich hinterher (S.6-12). Versorgungsdefizite zeigen sich in den Strukturen (wie zum Beispiel im knapp bemessenen Mutterschaftsurlaub und im Bereich

der familienergänzenden Kinderbetreuung), sowie in der Erreichbarkeit von sozial benachteiligten Familien (S.7). Gerade für Zielgruppen mit besonderen Bedürfnissen bewähren sich niederschwellige aufsuchende Projekte, wie die Arbeit mit Schlüsselpersonen (Schlüsselpersonen, ohne Datum). Schlüsselpersonen können Informationen zu Familien- und Alltagsfragen, bestehenden Angeboten, den Institutionen direkt vermitteln, und so Übergänge begleiten. In der Schweiz haben die Spielgruppen und Kindertagesstätten eine Versorgungslücke gefüllt. Durch den bewussten Einbezug der Eltern, werden diese als Erziehungspartner niederschwellig in ihrer Elternrolle gestärkt und unterstützt. Im Bereich der Frühkindlichen Bildung Betreuung und Erziehung (FBBE) entstanden viele Leuchtturmprojekte. So können niederschwellige Angebote wie die „Offene Türe“ und das Elternkaffee in der Spielgruppe Spatzenäscht Emmen (Spielgruppe Spatzenäscht, ohne Datum) benachteiligte Eltern gut erreichen. Dabei zeigt sich, um eine Erreichbarkeit von benachteiligten Familien zu gewährleisten, bedingt es für alle Beteiligten, die Entwicklung von unkonventionellen Formen, um neue Zugänge zu finden. Professionelle der Sozialen Arbeit können sich in diesem Bereich richtungsweisend in der Projektentwicklung, Vernetzung der Akteure und/oder bei der Projektfinanzierung und -umsetzung einbringen. Damit Sozialarbeitende diese Rolle einnehmen können, wird im folgenden Abschnitt darauf eingegangen wie die Hochschulen für Soziale Arbeit sie für diese Handlungsfelder vorbereiten können.

Hochschulen, als Aus- und Weiterbildungsinstitutionen, nehmen eine wesentliche Rolle in der Sensibilisierung von zukünftigen Fachpersonen der Sozialen Arbeit ein. Aktuelles Fachwissen kann über die Studierenden direkt in Projekte an der Basis einfließen. An diesem Punkt gilt es, eine Zusammenarbeit mit Fachstellen zu fokussieren. So können aus erster Hand die aktuellen Studienberichte und Projekterfahrungen zum Thema Gesundheitsprävention in die Ausbildung einfließen. Die gewonnenen Erkenntnisse können so durch die Studierenden für Projekte zur Stärkung von Familien, Kindern und Jugendlichen genutzt und umgesetzt werden. François van der Linde (2005) stellt fest, dass die Weiterbildungsangebote für Gesundheitsförderung und Prävention sich bedeutend verbessert haben. „Allerdings waren sie bisher nicht in der Lage, in ausreichendem Mass auch Fähigkeiten zu vermitteln, sich sicher im politischen Alltag und im Umgang mit Entscheidungsträgern zu bewegen“ (S.7). Diese Aussage zeigt, dass es für einen sicheren Umgang mit Entscheidungsträgern ein gutes Grundlagenwissen, spezifische Weiterbildungsangebote und eine gezielte Schulung von Fähigkeiten braucht. Liegt es nun an den fehlenden Fertigkeiten, wenn es darum geht für die Grundsätze des Berufskodex klar Stellung zu brisanten Themen, wie der Chancenungleichheit, zu nehmen? Van der Linde (2005) bringt es auf den Punkt, wenn er für die Gesundheitsförderung Schweiz betont, dass eine „Abkehr von der bisher bewusst geübten Zurückhaltung im Auftritt nach aussen“ für die Zukunft unumgänglich sein wird (S.8). Die Autorinnen teilen diese Meinung und fordern von den Hochschulen eine stärkere Förderung der Fähigkeiten, die eine politische Einmischung und Positionierung für Fachstellen und Fachpersonen der Sozialen Arbeit in der Schweiz ermöglichen.

## 8.2 Ausblick

Der Titel der vorliegenden Forschungsarbeit lautet „Ich bin kein Model aber Top“. Darin verbirgt sich der Wunsch der Autorinnen, dass es den Mädchen gelingt, in einer Zeit voller idealisierter Frauenkörperbilder, sich in ihrer Einzigartigkeit und Vielfalt „Top“ zu fühlen. Der Titel ist angelehnt an eine Aktion von Pinkstinks, einer Fachstelle aus Deutschland. Diese hatten den Slogan „Einfach TOP – ohne Model“ für einen Gedichtwettbewerb auf T-Shirts gedruckt. Diese Aktion wurde als Reaktion auf die TV-Show Germany's Next Top Model initiiert. Es ging darum, sich für eine Vielfalt von Top-Qualitäten stark zu machen und gegen Körper- und Weiblichkeitsnormen anzugehen. Nach Meinung der Autorinnen braucht es vielmehr mutige Aktionen und Personen, um Mädchen in ihrer Vielfalt zu unterstützen. Der Londoner Bürgermeister Sadiq Khan verbot in den öffentlichen Verkehrsmitteln ein Plakat (siehe Anhang F) mit dem Titel „Are you Beach Body ready?“ und der Darstellung einer Frau im Bikini. Nach Khan soll niemand „mit unrealistischen Erwartungen rund um den eigenen Körper unter Druck gesetzt werden“ (Tagesanzeiger, 13.6.2016). Die genannten Beispiele deuten darauf hin, dass sich langsam ein Trend in Richtung Vielfalt von Frauenkörperdarstellungen in den Medien abzeichnet. Kosmetiklinien wie Dove oder Body-Shop, setzen auf Verschiedenheit bei Frauenkörperdarstellungen in ihrer Werbung. Ganz bewusst werden vermehrt Frauen mit durchschnittlichen Körperformen als Model ausgewählt. Auch die Modefirma Desigual setzt mit dem Model Winnie Harlow, die eine Pigmentstörung hat, ein klares Zeichen in Richtung Vielfalt und Individualität. Es mag sein, dass es sich hierbei um neue Verkaufsstrategien handelt, doch sind dies erste Schritte für eine Vielfalt von Frauendarstellungen in den Medien.

## 8.3 Offene und weiterführende Fragen

Am Schluss ihrer Arbeit bleiben für die Autorinnen folgende Fragen offen:

- Wie messbar ist Körperzufriedenheit?
- Wie geht es Mädchen, die keiner Peergroup angehören?
- Inwiefern wirken sich die sozioökonomischen Ressourcen der Familie auf die Bewältigungsressourcen der Mädchen aus?
- Warum ist dieses Thema nicht präsenter in der Sozialen Arbeit?
- Wieso halten sich Fachstellen und Fachpersonen der Sozialen Arbeit in der Schweiz mehrheitlich zurück, wenn es um politische Einmischung und Positionierung für die Grundsätze des Berufskodex geht?

## 8.4 Persönliches Fazit

Die vorliegende Arbeit dokumentiert die Ergebnisse von zehn Monaten Forschung durch die Themen Frauen – Schönheit – Gesellschaft. Aus persönlichem Interesse und Neugier wurde eine gemeinsame „Leidenschaft“. Der ständige Austausch der Autorinnen war lebhaft und gekennzeichnet durch die Erweiterung des eigenen Wissenstandes und den Vergleich mit der persönlichen Haltung. Die Gruppenin-

Interviews bildeten den Höhepunkt dieser Forschungsarbeit und haben den Autorinnen einen tiefen Einblick in die Lebenswelt der Mädchen ermöglicht. Die offenen Begegnungen mit den Mädchen waren beeindruckend. Die Betroffenheit der einen und die Coolness der anderen Mädchen im Umgang mit ihrer Körperzufriedenheit, hinterlässt ein bleibendes Bild. Dadurch wurde diese Arbeit lebendig und es konnten Botschaften vermittelt werden, die in ihrer Brisanz aus einer reinen Literaturarbeit nicht gleich vermittelt werden könnten. Die Autorinnen sind sich einig, der Mehraufwand der Interviews, Transkription und Auswertung hat sich gelohnt. Dankbar über die gemeinsame Forschungszeit, freuen sich die Autorinnen ihre Ergebnisse den Fachpersonen und interessierten Lesenden präsentieren zu können.

## 9 Literaturverzeichnis

- AvenirSocial (2010). *Berufskodex Soziale Arbeit Schweiz. Ein Argumentarium für die Praxis der Professionellen*. Bern: Autorin.
- Bildungslandschaften Schweiz (ohne Datum). *Ziele der Bildungslandschaften Schweiz*. Gefunden unter <http://bildungslandschaften.ch/programm>
- Bohnsack, Ralf (2000). *Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in Methodologie und Praxis qualitativer Forschung* (4. durchgeseh. Aufl.). Opladen: Leske + Budrich.
- Bublitz Hannelore(2006). Sehen und Gesehenwerden – Auf dem Laufsteg der Gesellschaft. Sozial- und Selbsttechnologien des Körpers. In Robert Gugutzer (Hrsg.), *Body turn. Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports* (S.341–361). Bielefeld: Transcript.
- Dangendorf, Sarah (2012). *Kleine Mädchen in High Heels. Über die visuelle Sexualisierung frühadoleszenter Mädchen*. Bielefeld: Transcript.
- Dresing, Thorsten & Pehl, Thorsten (2013). *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende* (5. Aufl.). Marburg: Eigenverlag. ISBN 978-3-8185-0489-2.
- Flick, Uwe (2009). *Sozialforschung. Methoden und Anwendungen. Ein Überblick für die BA-Studiengänge*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Forrester-Knauss, Christine (2014). *Positives Körperbild bei Jugendlichen. Gesundheitsförderung Schweiz Arbeitspapier 29*. Bern und Lausanne.
- Frühe Förderung (2012, 11. Juli). *Was ist Frühe Förderung?* Gefunden unter <http://www.netzwerk-kinderbetreuung.ch/de/journal/2012/07/11/neu-publiziert-fruehe-foerderung-was-ist-das>
- Gesundheitsförderung Schweiz (2005). *Gesundheitsförderung und Prävention stärken. Grundlagen für die Erarbeitung einer Strategie in der Schweiz*. Bern und Lausanne: Autor.
- Glässel, Maria-Lena (2010). *Werbeopfer Frau? Beeinflussung weiblicher Körperwahrnehmung durch die Schönheitsideale der Werbung*. Darmstadt: Buchner.
- Göppel, Rolf (2011). Erwachsen werden. Der pubertierende Körper aus bio-psycho-sozialer Perspektive. In Yvonne Niekrenz & Matthias D. Witte (Hrsg.), *Jugend und Körper. Leibliche Erfahrungswelten* (S.23–40). Weinheim und München: Juventa.

- Gudjons, Herbert (2012). *Pädagogisches Grundwissen* (11. überarb. Aufl.). Bern: Haupt.
- Hafen, Martin (2015). Frühe Förderung bei Kindern mit Migrationshintergrund. Frühe Förderung als gesundheits-, sozial-, wirtschafts- und integrationspolitische Strategie. *Schweizer Zeitschrift für Heilpädagogik*, 21(5-6), 6-12.
- Health Behaviour in School Aged Children (ohne Datum). *Studien*. Gefunden unter <http://www.hbsc.ch/rapports.php?lang=de>
- Hoffmann, Dagmar (2011). Mediatisierte Körper. Die Dominanz der Bilder und ihre Bedeutung für die Selbstakzeptanz des Körpers. In Yvonne Niekrenz & Matthias D. Witte (Hrsg.), *Jugend und Körper. Leibliche Erfahrungswelten* (S.191–207). Weinheim und München: Juventa.
- Hurrelmann, Klaus & Richter, Matthias (2013). *Gesundheits- und Medizinsoziologie. Eine Einführung in sozialwissenschaftliche Gesundheitsforschung*. (8. überarb. Aufl.). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Hurrelmann, Klaus (2010). *Gesundheitssoziologie. Eine Einführung in sozialwissenschaftliche Theorien von Krankheitsprävention und Gesundheitsförderung*. (7. überarb. Aufl.). Weinheim und München: Juventa.
- Hurrelmann, Klaus (2006). *Einführung in die Sozialisationstheorie*. (9. Aufl.). Weinheim und Basel: Beltz.
- Instagram (ohne Datum). Gefunden unter <http://www.sat1.ch/ratgeber/sicherheit-im-internet/was-ist-instagram-clip>
- James Studie (2014). Gefunden unter [https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2014/Ergebnisbericht\\_JAMES\\_2014.pdf](https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2014/Ergebnisbericht_JAMES_2014.pdf)
- Keupp, Heiner (2000). Gesundheitsförderung als Ermutigung zum Aufrechten Gang. Eine salutogenetische Perspektive. In Stephan Sting & Günter Zurhorst (Hrsg.), *Gesundheit und Soziale Arbeit* (S.15–40). Weinheim und München: Juventa.
- Klick.safe.de (ohne Datum). Gefunden unter <http://www.klicksafe.de/themen/>
- König, Alexandra (2011). Wie Jugendliche sich kleiden. Reproduktion sozialer Ungleichheit – im Sinne des eigenen Geschmacks. In Yvonne Niekrenz & Matthias D. Witte (Hrsg.), *Jugend und Körper. Leibliche Erfahrungswelten* (S.155–172). Weinheim und München: Juventa.

- Kutscher, Nadia (2013). Jugend und Medien. In Thomas Rauschenbach & Stefan Borrmann (Hrsg.), *Herausforderungen des Jugendalters* (S.118–138). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Lamnek, Siegfried (1993). *Qualitative Sozialforschung. Methoden und Techniken* (2. Aufl., Band 2). Weinheim: Beltz.
- Lamnek, Siegfried (2005). *Gruppendiskussion. Theorie und Praxis*. (2. überarb. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- Liebig, Brigitte & Nentwig-Gesemann, Iris (2009). Gruppendiskussion. In Stefan Kühl, Petra Strodtholz & Andreas Taffertshofer (Hrsg.), *Handbuch Methoden der Organisationsforschung* (S.102–123). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mayer, Horst Otto (2004). *Interview und schriftliche Befragung* (2. Aufl.). München: Oldenburg.
- Mayer, Horst Otto (2013). *Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung* (6., überarb. Aufl.). München: Oldenburg.
- Mayring, Philipp (2003). *Qualitative Inhaltsanalyse* (8. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- Mayring, Philipp (2016). *Einführung in die qualitative Sozialforschung* (6. Aufl.). Weinheim und Basel: Beltz.
- Metzger, Marius (2009). *Sampling: Wie kommt man zur Stichprobe?*. Unveröffentlichtes Unterrichtsskript. Hochschule Luzern – Soziale Arbeit.
- Oerter, Rolf & Dreher, Eva (2002). Jugendalter. In Rolf Oerter & Leo Montada (Hrsg.), *Entwicklungspsychologie* (5. Aufl., S.326–379). Weinheim: Beltz.
- Pinkstinks Deutschland (ohne Datum). *Aktionen gegen Germany's next Top Model*. Gefunden unter <https://pinkstinks.de/germanys-next-topmodel>
- Programms Projets Urbains (Hrsg.).(2011). *Soziale Mischung und Quartierentwicklung: Anspruch versus Machbarkeit*. Bern: Autorin.
- Poch, Waltraud (2009). *Projekt Körper. Wie der Kult um die Schönheit unser Leben prägt*. Frankfurt am Main: Campus.
- Quenzel, Gudrun (2015). *Entwicklungsaufgaben und Gesundheit im Jugendalter*. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Reinders, Heinz (2012). *Qualitative Interviews mit Jugendlichen führen*. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.

- Richter, Mathias (2008). Soziale Determinanten der Gesundheit im Spannungsfeld zwischen Ungleichheit und jugendlichen Lebenswelten: der WHO-Jugendgesundheitsurvey. In Mathias Richter, Klaus Hurrelmann, Andreas Klocke, Wolfgang Melzer, Ulrike Ravens-Sieber (Hrsg.), *Gesundheit, Ungleichheit und jugendliche Lebenswelten. Ergebnisse der zweiten Vergleichsstudie im Auftrag der Weltgesundheitsorganisation* (S.9–38). Weilheim und München: Juventa.
- Schär, Marcel & Weber, Sonja (2015). *Das gesunde Körperbild von Jugendlichen in der Deutschschweiz. Ergebnisse einer Befragung*. Gesundheitsförderung Schweiz Arbeitspapier 35, Bern und Lausanne.
- Schlüsselpersonen (ohne Datum). Gefunden unter <http://freiraum-sursee.ch/schluesselpersonen>
- Schmocker, Beat (2011). *Soziale Arbeit und ihre Ethik in der Praxis. Eine Einführung mit Glossar zum Berufskodex Soziale Arbeit Schweiz*. AvenirSocial – Soziale Arbeit Schweiz: Bern.
- Schulte-Abel, Bettina, Testera Borrelli, Chiara, Schär, Christa & Schneiter, Quinta, (2013). *Gesundes Körperbild – Healthy Body Image*. Gesundheitsförderung Schweiz Arbeitspapier 3, Bern und Lausanne.
- Schulte-Haller, Mathilde (2008). *Frühe Förderung. Forschung, Praxis und Politik im Bereich der Frühförderung: Bestandesaufnahme und Handlungsfelder. Im Auftrag der Eidgenössischen Kommission für Migrationsfragen EKM. Materialien zur Migrationspolitik*. Bern.
- Spielgruppe Spatzenäscht Emmen (ohne Datum). *Projekt Offene Türe*. Gefunden unter <http://www.spielgruppe-spatzenaescht.ch/presse/>
- Sting, Stephan (2013). Jugend und Gesundheit. In Thomas Rauschenbach & Stefan Borrmann (Hrsg), *Herausforderungen des Jugendalters* (S.177–197). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Suter, Lilian, Waller, Gregor, Genner, Sarah, Oppliger, Sabine, Willemse, Isabel, Schwarz, Beate & Süss, Daniel (2015). *Mike – Medien, Interaktion, Kinder, Eltern*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Tagesanzeiger (14.06.2016). *London verbietet Werbeplakat*. Gefunden unter <http://www.tagesanzeiger.ch/panorama/vermishtes/unrealistisches-koerperbild-london-verbietet-werbeplakat/story/14907499>
- Tillmann, Angela (2008). *Identitätsspielraum Internet. Lernprozesse und Selbstbildungspraktiken von Mädchen und jungen Frauen in der virtuellen Welt*. Weinheim und München: Juventa.

Van der Linde, François (2005). *Gesundheitsförderung und Prävention stärken. Grundlagen für die Erarbeitung einer Strategie in der Schweiz*. Gesundheitsförderung Schweiz Jahresbericht, Bern und Lausanne.

Walter, Natasha (2012). *Living Dolls. Warum junge Frauen heute lieber schön aussehen als schlau sein wollen*. Frankfurt am Main: Fischer.

WhatsApp (ohne Datum). Gefunden unter  
<https://de.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>

Wizorek, Anne (2014). *Weil einen Aufschrei nicht reicht. Für einen Feminismus von heute*. Frankfurt am Main: Fischer.

YouTube (ohne Datum). Gefunden unter  
<http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/youtube/was-ist-youtube/>

Zeller, Maren (2009). Die Bedeutung der Kategorie Geschlecht als ein Aspekt biographischer Bildungsprozesse. In Grit Beshe-Bartels & Heike Brand (Hrsg.), *Subjektivität in der qualitativen Forschung. Der Forschungsprozess als Reflexionsgegenstand* (S.201–204). Opladen: Budrich.

## Bildverzeichnis

Titelbild *Phan Hux Hoàng* (ohne Datum). Gefunden unter:

<https://pixabay.com/fr/plage-jeune-fille-1368021/>

Bild 1 *Selena Gomez* (ohne Datum). Gefunden unter

<https://www.google.ch/search?q=bilder+selena+gomez&biw=1055&bih=520&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjXruvJyKLOAhVJKcAKHdegDUgQsAQIGw#tbm=isch&tbs=rimg%3ACU>

Bild 2 *Kendall und Kylie Jenner* (ohne Datum). Gefunden unter

<https://www.google.ch/search?q=bilder+kylie+jenner&biw=1055&bih=520&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwjMhODcqKLOAhUHvRQKHUq8BPYQ7AkINg#tbm=isch&q=jenner+kendall+kylie&imgrc=9r>

Bild 3 *Beyonce* (ohne Datum). Gefunden unter

<https://www.google.ch/search?q=bilder+beyonce&biw=1055&bih=520&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwiHpKvbqqLOAhUID8AKHWsvC6cQsAQIGw#imgrc=gArz23r-WrNSnM%3A>

Bild 4 *Gigi Hadide* (ohne Datum). Gefunden unter

<https://www.google.ch/search?q=bilder+desigual&biw=1055&bih=520&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiYrZGsraLOAhUBwBQKHeD0BMwQsAQIGw#tbm=isch&q=bilder+gigi+Hadid&imgrc=Cp6-bYzKOy8CFM%3A>

Bild 5 *Cara Delevingne* (ohne Datum). Gefunden unter

[https://www.google.ch/search?q=bilder+cara+delevingne&biw=1055&bih=520&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwjG5pm2z6LOAhVFWRQKHR\\_id80QsAQIGw#tbm=isch&tbs=rimg%](https://www.google.ch/search?q=bilder+cara+delevingne&biw=1055&bih=520&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwjG5pm2z6LOAhVFWRQKHR_id80QsAQIGw#tbm=isch&tbs=rimg%)

Bild 6 *Hande Erce* (ohne Datum). Gefunden unter

<https://www.google.ch/search?q=bilder+desigual&biw=1055&bih=520&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiYrZGsraLOAhUBwBQKHeD0BMwQsAQIGw#tbm=isch&q=bilder+Hande+Erce&imgdii=o6PO>

Bild 7 *Winnie Harlow* (ohne Datum). Gefunden unter

[https://www.google.ch/search?q=bilder+desigual&biw=1055&bih=520&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiYrZGsraLOAhUBwBQKHeD0BMwQsAQIGw#tbm=isch&tbs=rimg%3ACbReCpRW2C9IjhOXV05oJ4hzWvl6\\_](https://www.google.ch/search?q=bilder+desigual&biw=1055&bih=520&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiYrZGsraLOAhUBwBQKHeD0BMwQsAQIGw#tbm=isch&tbs=rimg%3ACbReCpRW2C9IjhOXV05oJ4hzWvl6_)

Bild 8 *Rebel Wilson* (ohne Datum). Gefunden unter

<https://www.google.ch/search?q=bilder+desigual&biw=1055&bih=520&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiYrZGsraLOAhUBwBQKHeD0BMwQsAQIGw#tbm=isch&q=rebel+wilson+bilder&imgdii=8NG63HQ>

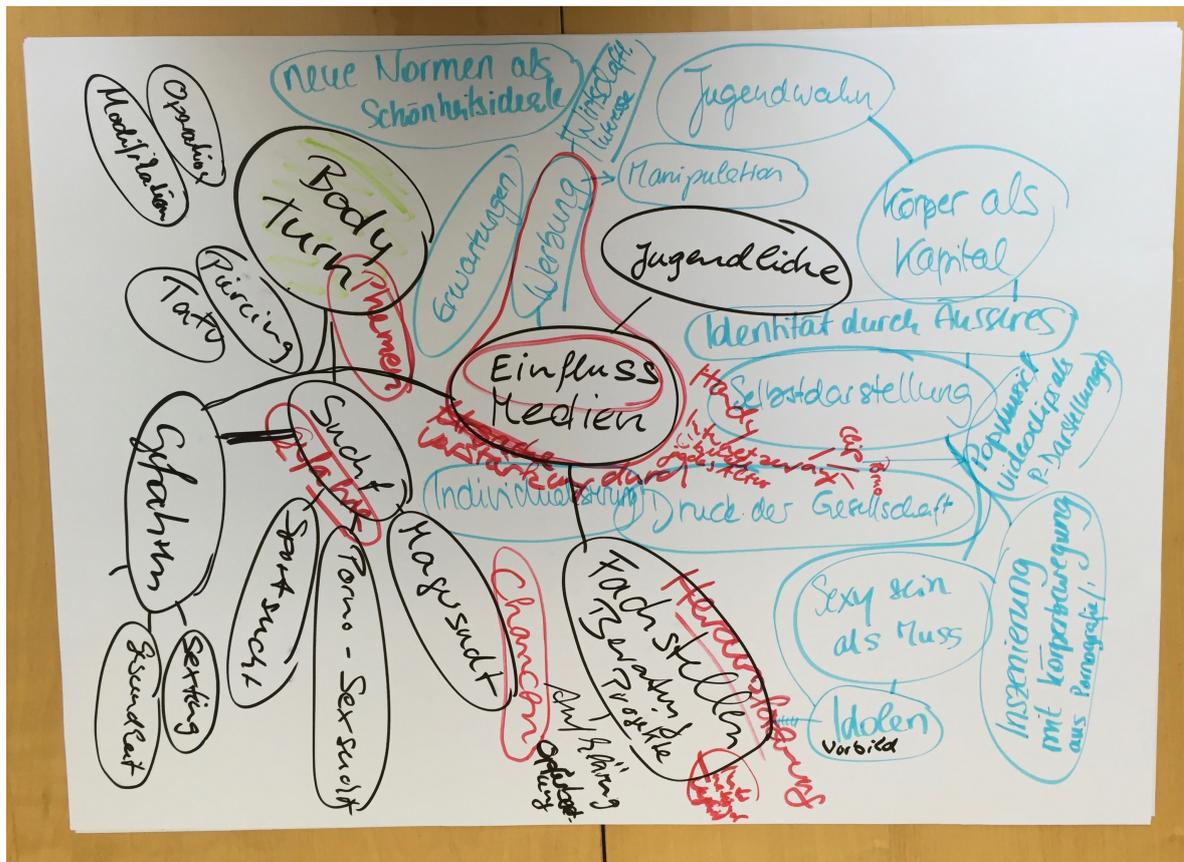


## Anhang

Anhang A	Bild Brainstorming der Forschungsthemen	I
Anhang B	Leitfaden Interview	II
Anhang C	Bild Aussortierung einzelne Aussagen aus den Interviews	III
Anhang D	Bild Arbeitswand Darstellung der Ergebnisse	IV
Anhang E	Homepage Aktion Pinkstink	V
Anhang F	Pressebericht „Einfach Top – ohne Model“	VI
Anhang G	Pressebericht Bürgermeister von London verbietet Werbeplakat	VII
Anhang H	Beispiel Werbung Dove	VIII
Anhang I	Beispiel Werbung Bodyshop	IX
Anhang J	Beispiel Spielgruppe Spatzenäscht Emmen	X

# Anhang A

Bild Brainstorming der Forschungsthemen



Quelle: eigenes Fotomaterial

## Anhang B

Leitfaden Interview: *Ich bin kein Model – aber doch TOP!*

1. Was ist für euch heute ein attraktiver Frauenkörper? Was gefällt euch?

*Einige Minuten warten, wenn nötig Bilder auswählen lassen*

Welche Bilder gefallen euch, bei diesen Beispielen? Könnt ihr beschreiben was ihr schön findet?

2. Wie habt ihr euch eine Meinung gebildet, was schön ist und was weniger? Redet ihr miteinander darüber, was euch genau gefällt? Ist es auch Thema im Facebook, Instagram?

3. Im Alltag, wo seht ihr euch Bilder von schönen Frauenkörpern? Gibt es Zeitschriften oder Sendungen oder Videos, Plattformen wo diese Frauen-Bilder besonders zu sehen sind?

4. Was meint ihr, wer sagt was schön ist und was nicht? Woher kommen diese Meinungen? Habt ihr euch schon Gedanken darüber gemacht?

Mit wem könnt ihr über dieses Thema reden? Wo wird darüber diskutiert?

Was geht euch durch den Kopf, wenn ihr die Bilder von „super schönen“ Frauenkörpern seht?

5. Habt ihr euch schon mit dem Abbild dieser Schönheitsideale verglichen? Was habt ihr dabei gefühlt?

Ist es schon vorgekommen, dass es euch beeinflusst? Wie?

6. Habt ihr jemals deshalb Lust gehabt, an euch etwas zu ändern? Was?

Mit wem könnt ihr darüber reden?

Habt ihr schon mal was unternommen, um eure Körper zu ändern, zum Beispiel schauen auf das Essen, joggen oder anders?

Habt ihr damit Erfolg gehabt?

7. Was gefällt euch an euch? Wie seid ihr heute mit eurem Körperbild „zufrieden“? Was macht euch stolz?

Wie war es als ihr jünger wart?

8. Aus eurer Sicht, was hilft euch dabei, um unterscheiden zu können zwischen „Scheinbilder/manipulierte Bilder“ und Bilder aus dem Alltag, der Realität? Wie macht ihr das? Wie gelingt es euch?

Wie habt ihr das gemacht als ihr noch jünger wart?

9. Was würdet ihr euch für Unterstützung wünschen und durch wem?

Was würdet ihr eurer jüngeren Schwester wünschen, in diesem Zusammenhang / zu diesem Thema?

10. *Am Ende: Zusammenfassen durch Protokollführerin, wichtigste Stichwörter. Verständnisfragen noch genauer erklären?)*

11. Unsere Fragen sind alle beantwortet. Haben wir aus eurer Sicht alles was wichtig ist abgefragt? Was haben wir ausgelassen, was noch wichtig wäre? Wenn wir noch weiteren Mädchen interviewen, was sollen wir die eurer Meinung nach noch fragen?

## Anhang C

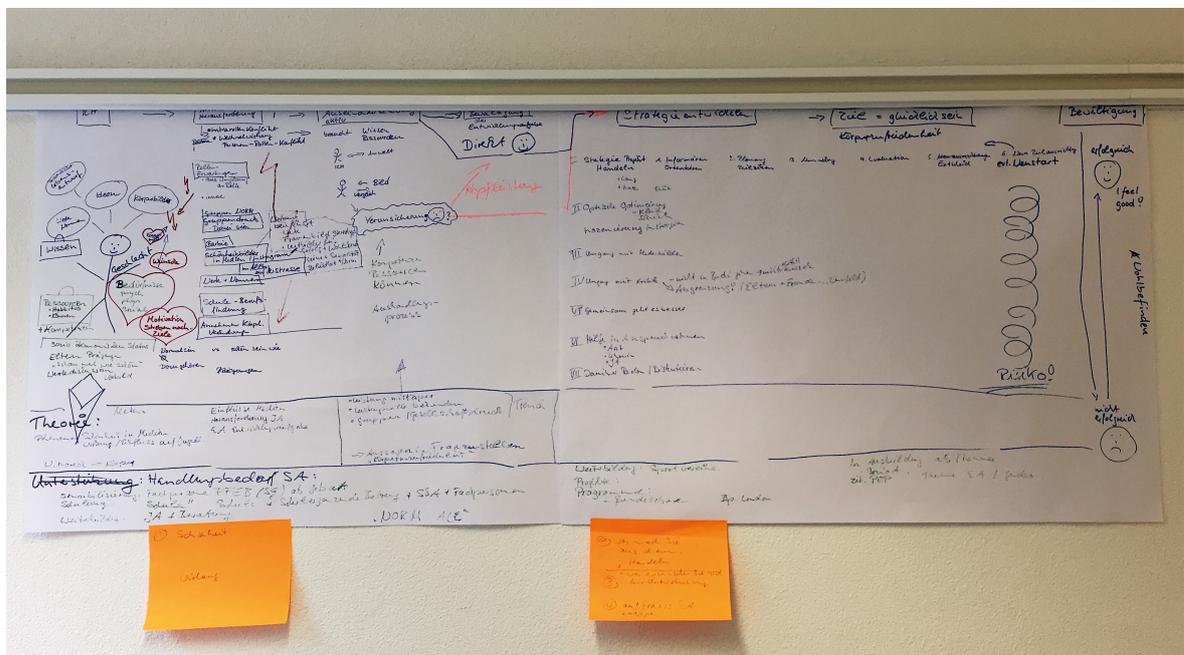
Bild: Aussortieren einzelne Aussagen aus den Interviews



Quelle: eigenes Fotomaterial

# Anhang D

Bild: Arbeitswand Darstellung der Ergebnisse



Quelle: eigenes Fotomaterial

## Anhang E

### Homepage Aktion Pinkstinks



## ANGEBOT FÜR 12-16-JÄHRIGE

ANGEBOT FÜR 12-16-JÄHRIGESLIDER\_HOME2 KOMMENTARE266 VIEWS

Pinkstinks ist eine Organisation, die sich an Erwachsene richtet: Politiker\*innen, Eltern, Sozialarbeiter\*innen und die Werbeindustrie. Aber durch unsere Kampagnen und unsere Theaterarbeit in Schulen gegen Germanys Next Topmodel lesen viele Kinder und Jugendliche mit, für die unsere Texte gar nicht gemacht sind.

Deshalb gibt es ab dem 4.02.2016 für 12-16-Jährige ein eigenes Angebot: Unseren Youtube-Kanal „Lu Likes“. Hier mimt die Schauspielerin Lara-Maria Wichels („Rote Rosen“, ARD) die Youtuberin „Lu“, die erzählt, wie sie das Leben auf dem roten Teppich und den ganzen Werbe- und Topmodel-Wahnsinn so findet. Der Kanal bietet eine freche Alternative zu den gängigen, Beauty-fokussierten Youtube-Formaten, die Kinder heute konsumieren.

Sehr gerne würden wir „Lu Likes“ weiter produzieren. Wenn euch die Filme gefallen, freuen wir uns sehr über eine Spende oder einen Förderbeitrag!

Quelle: <https://pinkstinks.de/lulikes/>

## Anhang F

### Pressebericht „Einfach Top – ohne Model

#### "EINFACH TOP - OHNE MODEL"

#### Pinkstinks schießt wieder gegen "Germanys Next Top Model"

von Ingo Rentz

Dienstag, 18. März 2014

Bei Pinkstinks stört man sich schon lange an Pro Siebens Castingshow "Germanys Next Top Model". Nun startet die Lobbygruppe, die vor allem gegen klischeehafte Frauenbilder in Werbung und Medien vorgeht, einen neuen Versuch, um gegen die Sendung zu protestieren: Gemeinsam mit der Mädchenzeitschrift "Lizzynet" schreibt Pinkstinks einen Gedichtwettbewerb aus, bei dem 12- bis 25-Jährige sich von der Seele schreiben sollen, "was sie an Heidi Klums Castingshow und der Topmodel-Hysterie" nervt.



Der Flyer zur Protestaktion (Bild: Pinkstinks)

Das Siegergedicht soll am 8. Mai im Rahmen einer Protestaktion auf dem Kölner Bahnhofsvorplatz vorgelesen werden. Am selben Tag findet in der Lanxess-Arena in der Domstadt das Finale von "Germanys Next Topmodel" statt. Was genau geplant ist, verrät Pinkstinks noch nicht. "Geplant ist eine Party, auf der jede zeigen kann, wie Top sie ist", heißt es in einer Mitteilung von Pinkstinks. "Wir alle haben es satt, dass sich Mädchen zunehmend unwohl in ihrem Körper fühlen", sagt Pinkstinks-Geschäftsführerin Stevie Schmiedel. "Jedes dritte Mädchen zeigt Symptome einer Essstörung und jede zweite hasst ihren Körper."

Pinkstinks setzt sich allerdings nicht nur gegen das in TV-Sendungen wie "Germanys Next Top Model" dargestellte Frauenbild ein. Die Berliner Organisation forderte auch schon in einer Petition an den Deutschen Werberat, bei sexuell aufgeladener Außenwerbung die Kindersicht zum Beurteilungskriterium zu machen. Das Vorgehen von Pinkstinks entwickelt sich immer mehr zum Trend, wie der deutsche Werberat im Rahmen der Vorstellung seiner Jahresbilanz für 2013 feststellte: Werbung dient gesellschaftlich engagierten Gruppen zunehmend als Vehikel, um der eigenen Position Gehör zu verschaffen.

Quelle: <http://www.horizont.net/medien/nachrichten/Einfach-Top---ohne-Model-Pinkstinks-schießt-wieder-gegen-Germanys-Next-Top-Model-119703#fb-root>

## Anhang G

Pressebericht: Bürgermeister von London verbietet Werbeplakat

### «Unrealistisches» Körperbild – London verbietet Werbeplakat

Eine «Beach Body»-Werbung sorgt in Englands Hauptstadt für Ärger.

17.06.2016

«Ist dein Körper bereit für den Strand?», fragt das knallgelbe Werbeplakat von Protein World. Dazu posiert eine schlanke, durchtrainierte Frau im Bikini. Für Londons Bürgermeister Sadiq Khan ist klar: Diese Werbung vermittelt ein «ungesundes» und «unrealistisches Körperbild». Ab nächstem Monat sind die Plakate deshalb in den meisten öffentlichen Verkehrsmitteln der Stadt verboten. «Niemand soll in der Bahn oder im Bus mit unrealistischen Erwartungen rund um den eigenen Körper unter Druck gesetzt werden», sagte Khan. Er ist selbst Vater zweier Töchter im Teenageralter.



Quelle: <http://www.tagesanzeiger.ch/panorama/vermishtes/unrealistisches-koerperbild-london-verbietet-werbeplakat/story/14907499>

## Anhang H

### Beispiel Werbeplakat Dove

 Dove Firming. As tested on real curves.

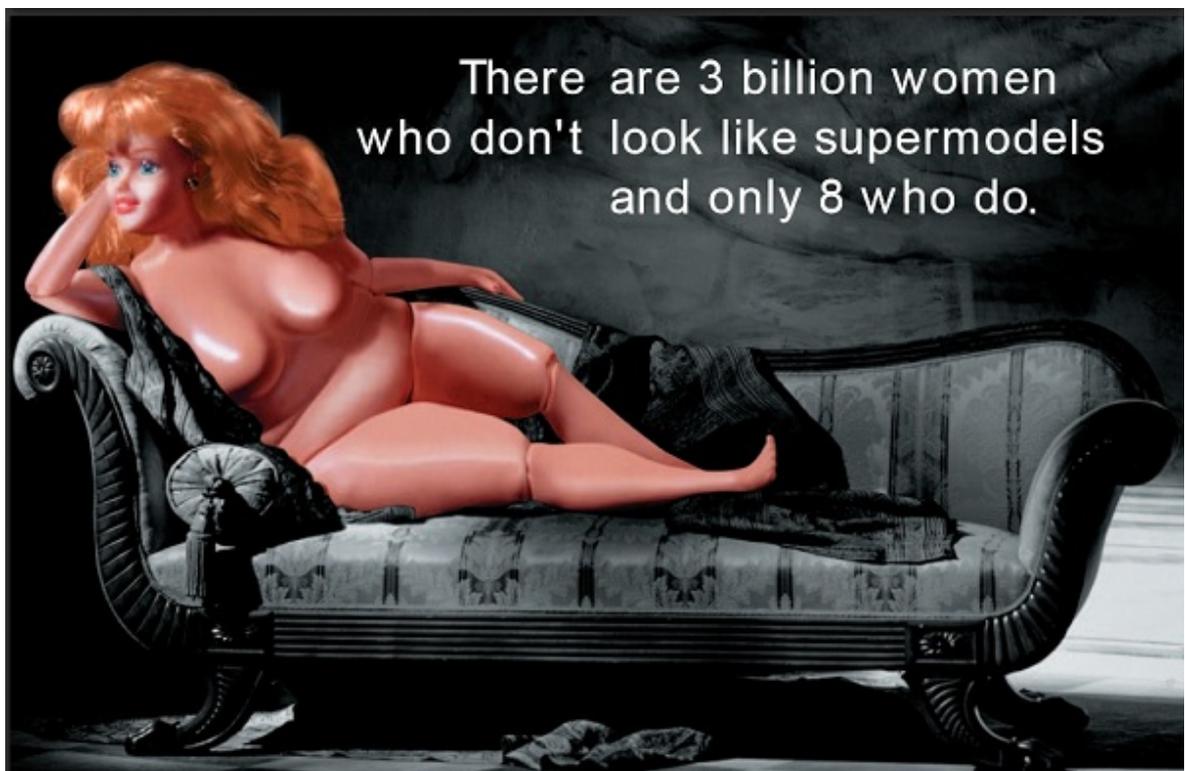


Quelle:

[https://www.dove+werbung+wahre+sch%C3%B6nheit&rtz=1C5CHFA\\_enCH523CH585&espv=2&biw=1319&bih=648&tbn=isch&imgil=zfVXO+1aH9dZQM%253A%253BhHh-TSmPvKxuFM%253B](https://www.dove+werbung+wahre+sch%C3%B6nheit&rtz=1C5CHFA_enCH523CH585&espv=2&biw=1319&bih=648&tbn=isch&imgil=zfVXO+1aH9dZQM%253A%253BhHh-TSmPvKxuFM%253B)

## Anhang I

### Beispiel Werbung Body Shop



Quelle: <http://www.printmag.com/editors-picks/the-body-shops-honest-ad-campaign/>

## Anhang J

### Beispiel Spielgruppe Spatzenäscht Emmen



### **DIE FARBIGE QUARTIERSPIELGRUPPE**

#### **OFFENE TÜRE**

In den ersten 30 Minuten jedes Spielgruppenhalbtags bieten die Spielgruppenleiterinnen den Eltern die Möglichkeit, ihr Kind zu begleiten und Förder- und Spielideen kennen zu lernen. Der Eltern-Kind-Kontakt kann durch die begleitete freie Spielsequenz unterstützt und gefördert werden. Für die Eltern bietet sich eine zusätzliche Möglichkeit mit der Spielgruppenleiterin und mit anderen Eltern in Kontakt zu kommen.

#### **Spatzi-Kafi**

Etwa einmal pro Monat, jeweils am **Mittwoch Nachmittag von 14.00 – 15.30 Uhr**, findet in unseren Räumlichkeiten das Spatzi-Kafi statt.

Während die Kinder spielen, haben die Erwachsenen Gelegenheit, anderen Eltern zu begegnen und sich auszutauschen. Wir freuen uns, wenn viele Eltern, Nachbarn, Verwandte und Bekannte mit ihren Kindern kommen.

Die genauen Daten und jeweiligen Themen der Nachmittage finden Sie unter "TERMINE".

#### **Elternbildung Kanton Luzern**

**Starke Familien!** *Veranstaltungsreihe für Eltern:*

**Reif für den Kindergarten?**

**Sprache fördern**

**TV, Handy, Internet**

**Lernort Familie**

An den Elternabenden besprechen wir mit Ihnen wichtige Themen, damit Ihre Kinder gesund und erfolgreich aufwachsen können.

Quelle: <http://www.spielgruppe-spatzenaescht.ch/>

