

Verein „change my way“ lobt Umdenken in der Werbebranche

## „Frauen lassen sich nicht mehr blenden“

05.03.17



Die „Germany's Next Top Model“-Kandidatinnen Anne-Kathrin Wendler (von links), Hana Nitsche, Barbara Meier, Fiona Erdmann und Mandy Graff anlässlich der Bravo Supershow 2007 in Düsseldorf. Viele Mädchen sind fasziniert von der Modelwelt, doch das birgt auch Gefahren. - Foto: Imago

Landkreis Diepholz - Von Julia Kreykenbohm.

Die beiden jungen Frauen auf dem Plakat blicken über ihre Schultern in die Kamera. Sie sind sehr schlank. Von ihrer Oberweite sieht man gar nichts, ihre Hintern sind klein und flach. Daneben prangt der Spruch „Love your curves“ – also liebe deine Kurven. Es grenzt an Komik, dass eine Werbung, die junge Frauen dazu auffordert, selbstbewusst zu ihren Rundungen zu stehen, zwei Mädchen zeigt, die alles zu haben scheinen – außer diesen.

Über den Fauxpax des Modelabels Zara kann man lachen, und das tun derzeit auch viele Nutzer im Netz. Sie posten bei Twitter unter dem Motto „Love your curves“ Bilder von Skeletten, Essstäbchen oder Bananen oder fragen, ob mit den Rundungen die Augenbrauen gemeint wären. Wieder andere machen ihrer Wut offen Luft und auch Ingrid Kathmann vom Verein „change my way“, der junge Menschen mit Essstörungen im Landkreis Diepholz begleitet, findet das alles andere als witzig.

Gerade in der jüngeren Vergangenheit haben sich viele Unternehmen dazu entschlossen, in ihrer Werbung nicht mehr nur die typisch-dünnen Models zu zeigen. Sie zeigen auch Frauen, die normalgewichtig sind, weibliche Rundungen selbstbewusst präsentieren und auch den ein oder anderen „Makel“ nicht wegwetuschieren lassen. Den Mädchen, die im Verein „change my way“ Hilfe suchten, tue diese Art von Werbung sehr gut, weiß Kathmann.

„Als der Kosmetikhersteller Dove 2004 mit kurvigen Models geworben hat, fanden die Mädchen das toll“, berichtet Kathmann. Einmal habe es auch ein Mode-Extra-Heft für kräftige Frauen gegeben, was ihre Schützlinge zwar ebenfalls gelobt hätten, doch sie hätten sich gewünscht, dass diese Frauen nicht in einem „gesonderten Heft“ abgebildet, sondern in die üblichen integriert werden.

Mädchen, die unter einer Essstörung leiden oder gefährdet sind, eine solche zu entwickeln, sind sehr sensibel. Sie registrieren genau, welcher Typ Frau ihnen von den Seiten der Modemagazine entgegenstrahlt, und leiden darunter, wenn diese perfekt dargestellt und damit ein unerreichbares Vorbild werden. Das Resultat: Frust und noch mehr Selbsthass. „Sie erzählen, wie sie Zeitschriften durchblättern und sich einfach schlecht fühlen.“

Bilder von kräftigen Frauen, die vielleicht sogar ihre Cellulite zeigen, vermitteln ihnen die Botschaft: „Du musst nicht perfekt sein.“ Mit diesen Frauen könnten sie sich besser identifizieren, sagt Kathmann. Dementsprechend bewertet sie das Umdenken in der Werbebranche als positiv und „sehr schön“.

Der Fehlgriff des Modelabels Zara sei hingegen „ein Schuss nach hinten“. Doch die Empörung im Internet sei ein gutes Zeichen, glaubt Kathmann. „Die Frauen lassen sich nicht mehr blenden und für dumm verkaufen. Sie sind kritischer geworden und wehren sich.“ Diese Wandlung bemerkt sie auch bei ihren Mädchen. „Sie hinterfragen mehr. Manchmal bringen sie auch Bilder von Models mit zu den Treffen, wo ganz offensichtlich etwas nachbearbeitet wurde, und ärgern sich darüber.“

Doch es gibt auch Entwicklungen, die Kathmann Sorge bereiten, wie zum Beispiel die extreme Fixierung der jungen Mädchen auf die Serie „Germanys Next Top-Model“ (GNTM). „Während die Mädchen in unseren Gruppen dieses Format mittlerweile kritisch sehen, verherrlichen es besonders die 10- bis 13-Jährigen, mit denen wir in den Schulen sprechen. Sie sagen, sie mögen es, wie die Teilnehmerinnen miteinander umgehen.“ Eine Begründung, die Kathmann den Kopf schütteln lässt, denn in ihrer Wahrnehmung gehen die Teilnehmerinnen der Show häufig sehr kritisch miteinander um. Es werde geizt, gelästert und eben versucht, sich ständig in den Mittelpunkt zu rücken, um die Konkurrenz auszustechen. „Wenn ich das sehe, frage ich mich: Holen die Mädchen sich da Tipps für ihr Verhalten?“

Das sei das Gegenteil von dem, was der Verein erreichen wolle. „In unseren Gruppen haben wir ein Miteinander, wo die Mädchen sich gegenseitig unterstützen sollen“, sagt Kathmann. Solidarität unter Frauen stehe im Vordergrund, und die Mädchen schätzten das sehr. „Eine bedankte sich einmal dafür, dass hier alle so lieb zu ihr seien und sie so sein dürfe, wie sie sei, was sie sonst nie sein könne. Genau das wollen wir vermitteln und dafür müssen wir auch eintreten.“

Der Bedarf ist in jedem Fall da, denn Kathmann bemerkt, dass die erkrankten Mädchen immer jünger werden. „Mit zwölf Jahren stecken sie schon mitten in der Magersucht, mit 14 Jahren leiden viele bereits an Bulimie.“ Natürlich könne man nicht Sendungen wie GNTM oder der Werbung allein die Schuld daran geben. „Aber sie können Bausteine sein“, sagt Kathmann.