

# Prinzessin im Hungerland

## Initiativen in Modebranche und -magazinen rücken der Magersucht zu Leibe

von Nathalie Sopacua

Mehr authentische Schönheit zeigen, das ist die neue Strategie der Frauenzeitschrift *Brigitte*. Ab nächstem Jahr wollen die BlattmacherInnen in ihren eigenen Fotostrecken auf professionelle Models verzichten. Stattdessen will die Zeitschrift nur noch Frauen abbilden, »die mitten im Leben stehen«. Also Studentinnen, Schauspielerinnen, Buchhändlerinnen, DJanes, Künstlerinnen, Köchinnen, Grafikerinnen, Tänzerinnen, Unternehmerinnen, Leserinnen. Doch taugt die *Brigitte*-Kampagne für eine allgemeine Abkehr vom Magerwahn?

**B**rigitte Huber, Online-Chefin des Magazins, hat jedenfalls unlängst klargestellt, dass es beim Konzeptwechsel nicht allein um ein Zeichen gegen den Magerwahn gehe. Ein solches Bekenntnis wäre ohnehin nur glaubwürdig gewesen, wenn das Blatt auch in seinen Anzeigen und Trendschauen keine Magermodels mehr zeigen würde. So weit geht die »Revolution«, als die *Brigitte* den Vorstoß angekündigt hatte, dann aber doch nicht.

Mit ihrer Initiative »Ohne Models« ist die *Brigitte* keine Pionierin. Schon vor Jahren sorgte die Unilever-Marke Dove mit ihrer Kampagne für Furore, in der keine Models mehr für die Produkte warben, sondern ganz normale Frauen. Längst bricht sich auch international im Modegeschäft der Unmut über die Magermodels Bahn. Erst vor Kurzem beklagte sich die Chefredakteurin der britischen *Vogue*, Alexandra Shulman, in einem offenen Brief

bei Stardesignern wie John Galiano und Karl Lagerfeld darüber, dass ihre Zeitschrift nur noch Frauen mit herausragenden Hüftknochen und ohne Busen buchen könne, weil die Mustergößen, die von den Designern verschickt werden, nicht mal mehr den etablierten Models passten. »Ich deute aus den Zuschriften unserer Leserinnen und der allgemeinen Stimmung in Großbritannien, dass die Menschen solche dünnen Mädchen weder im Magazin noch in der Werbung sehen wollen«, schrieb Shulman.

### Leichttücher über anorektischen Körpern

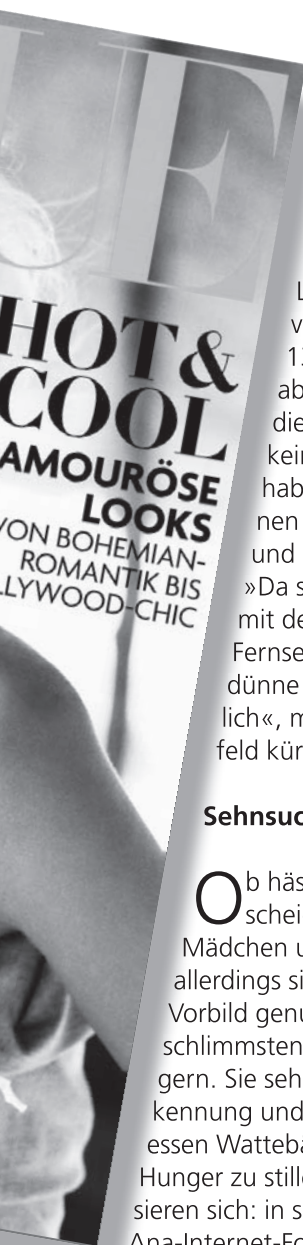
**I**n den Modemagazinen zieren inzwischen gleichförmige, ausgezehnte Körper die Seiten; allenfalls unterscheiden sich die Models noch in Haar- oder Hautfarbe und in der Kleidung, die zuweilen wie Leichttücher über den anorektischen Körpern liegt

– der Laufsteg ein anonymisiertes Universum. Das war nicht immer so: In den Neunzigerjahren erreichte die Individualisierung der Models mit Frauen wie Naomi Campbell oder Claudia Schiffer ihren vorläufigen Höhepunkt. Die Person wurde zum Star und wichtiger als die Mode, die sie trägt. *Brigitte*-Chefredakteur Andreas Lebert hat in der Folge eine »Abstoßungsreaktion« der Branche ausgemacht: Den Models sei plötzlich verboten worden, Mensch zu sein. »Hinter dem Beruf des Models steckt die Idee, die Frauen nicht selbst zu zeigen, sondern einen Platzhalter – ein Modell gewissermaßen«, erklärte Lebert. Viele Frauen könnten sich aber mit diesen Modellen nicht mehr identifizieren.

Und tatsächlich: Mit der Wirklichkeit der Durchschnittsfrau haben Models nichts mehr gemein. Vor dreißig Jahren wog ein Model acht Prozent



*Vogue*  
7/2008



weniger als eine Frau mit durchschnittlichem Gewicht. Inzwischen sind es 23 Prozent. Für Karl Lagerfeld, der selbst vor einigen Jahren in 13 Monaten 32 Kilo abgenommen hat, ist dieser Realitätsverlust kein Problem: Natürlich habe die Welt der schönen Kleider mit Träumen und Illusionen zu tun. »Da sitzen dicke Muttis mit der Chipstüte vorm Fernseher und sagen, dünne Models sind hässlich«, mokierte sich Lagerfeld kürzlich im Focus.

### Sehnsucht nach Size Zero

Ob hässlich oder schön, da scheiden sich die Geister. Mädchen und jungen Frauen allerdings sind die Magermodels Vorbild genug, um sich im schlimmsten Fall zu Tode zu hungern. Sie sehnen sich nach Anerkennung und nach Größe Null. Sie essen Wattebäusche, um ihren Hunger zu stillen, und sie solidarisieren sich: in sogenannten Pro-Ana-Internet-Foren (vgl. S. 16). Ana ist die personifizierte Anorexia nervosa (Magersucht), gute Freundin einer anonymen Hungernden.

So träumt eine 16-jährige Pro-Ana, die sich »Princesa im Hungerland« nennt, bei einer Größe von 1,60 Meter von einem Wunschgewicht von 41 Kilo: »Dann hab ich einen BMI von 16«, schreibt sie in ihrem Blog. Laut Weltgesundheitsorganisation ist ein 16-jähriges Mädchen wie Princesa schon mit einem Body Mass Index (BMI) unter 17,6 deutlich untergewichtig.

Für Sylvia Baeck von Dick und Dünn, einer Beratungsstelle bei Essstörungen, sind Pro-Ana-Blogs menschenverachtende, sektenartige Unternehmen, die versuchten, die Nutzerinnen komplett zu absorbieren. Und wie bei einer Sekte scheint auch hier der Aus-

stieg nicht einfach: Baeck sind aus der Praxis Fälle bekannt, in denen ehemalige Pro-Anas Drohmails und Beschimpfungen von Mitgliedern der Community über sich ergehen lassen mussten, nachdem sie das Forum verlassen hatten.

Mit den Inhalten und Risiken der Pro-Ana-Blogs hat sich auch Katja Rauchfuß von jugendschutz.net eingehend beschäftigt. »Sie bestätigen Betroffene in der Essstörung und führen zu einer Verstärkung der Essstörung, aber sie können auch ein Weg in die Essstörung sein. Wenn sich Mädchen im Internet nach Diäten erkundigen und auf solchen Seiten landen, dann geht es ganz schnell, dass man in so eine Erkrankung reinrutscht«, sagte Rauchfuß im Mai dieses Jahres auf einer Anhörung im Deutschen Bundestag zum Thema Magersucht.

Bei jugendschutz.net, der gemeinsamen Stelle der Bundesländer für Jugendschutz im Internet, können Pro-Ana Blogs gemeldet werden. Rauchfuß wies jedoch darauf hin, dass Jugendliche inzwischen auch in Social-Communities wie »Wer kennt wen?« oder »Schüler-VZ« mit Pro-Ana-Inhalten konfrontiert würden. Auch auf Youtube kursieren inzwischen nicht nur Ana-kritische Videos, sondern auch eine Flut von sogenannten Thinspirations – Fotos von anorektischen Stars, Models und anderen Menschen im fortgeschrittenen Stadium der Magersucht, die den jungen Frauen als Idealbilder dienen. Nicht selten sind die Fotos nachbearbeitet, ein in der Mode- und Werbebranche inzwischen gängiges Mittel, um Size Zero buchstäblich auf die Spitze zu treiben. Da werden hier noch ein paar Rippen mehr herausgeschält, da schrumpft die Hüfte bis zur Karikatur, wie vor einigen Wochen bei einem Ralph-Lauren-Modell, dessen Kopf nach der Bildbearbeitung breiter war als die Taille.

### Leben hat Gewicht

Die Textil- und Modebranche in Deutschland hat sich mit einer »Nationalen Charta« im Rahmen der

Kampagne »Leben hat Gewicht« zum verantwortungsbewussten Umgang mit dem Thema Magersucht verpflichtet. Das Signal: für ein gesundes Schönheits- und Schlankheitsideal und gegen Magermodels auf Laufsteigen und in Katalogen. Die Charta soll auch Vorreiterin für andere Branchen sein. Nach Auskunft des für die Initiative zuständigen Bundesgesundheitsministeriums haben erste Anfragen bei den Medien aber bislang noch keine Früchte getragen. Thomas Altgeld von der Landesvereinigung für Gesundheit und Akademie für Sozialmedizin Niedersachsen e.V. sieht die Kampagne mit einiger Skepsis: »Um das Anliegen im Alltagsvollzug der Medien und der Modebranche auch tatsächlich umzusetzen, braucht man stärkere Überprüfungsprotokolle und auch Sanktionsmechanismen.«

Ob mit der Ohne-Models-Aktion der *Brigitte* ein Ruck durch die Medienwelt gehen wird, bleibt abzuwarten. Sylvia Baeck von Dick und Dünn weiß aber aus ihrer mehr als zwanzigjährigen Praxis: »Es wird keine mager-süchtig, nur weil sie wie ein Model in einer Zeitschrift aussehen will.« Dazu sei das Ursachenspektrum zu komplex. »Die Medien tragen aber auf jeden Fall fleißig zum Aufrechterhalten der Erkrankung bei.« Wichtig wäre aus Baecks Sicht, dass auch Zeitschriften wie die *Bravo* das *Brigitte*-Konzept adaptieren, Zeitschriften also, die von der besonders gefährdeten Altersgruppe gelesen werden. Hauptsächlich von Magersucht betroffen sind nämlich Mädchen und junge Frauen zwischen 14 und 24 Jahren – das Durchschnittsalter der *Brigitte*-Leserinnen liegt bei 48 Jahren.

*Nathalie Sopacua ist freie Journalistin in Berlin.*



Dick und Dünn – Beratungsstelle bei Essstörungen  
www.dick-und-duenn-berlin.de

www.jugendschutz.net



»Thinspirations« aus dem Internet vor und nach der Bildbearbeitung

## Ich darf nicht essen

### Pro-Ana im Internet

»Erlaube mir, mich vorzustellen. Mein Name, oder wie ich von sogenannten ‚Ärzten‘ genannt werde, ist Anorexie, aber du kannst mich Ana nennen. Ich hoffe, wir werden gute Freunde«, heißt es auf einer Pro-Ana-Seite im Internet. Ana hat viele FreundInnen, inzwischen sind es Tausende Magersüchtige, die sich online zu einer Art Glaubensgemeinschaft zusammengeschlossen haben. Sie sind auf der ständigen Suche nach Gleichgesinnten, die wie sie besessen sind vom Hungern.

Sie nennen sich »Thinny Kitty« oder »Princesa im Hungerland«, und sie erheben die Magersucht zum Lifestyle. Menschen, die nicht magersüchtig sind, sind schlecht, wertlos und nutzlos. So jedenfalls steht es im Glaubensbekenntnis der Pro-Anas, das Zeugnis ablegt von der selbstzerstörerischen Kraft der Bewegung: »Ich glaube daran, dass die Welt vollständig schwarz-weiß ist, an den Gewichtsverlust, an die Ablehnung des eigenen Körpers und an das Leben in ständigem Fasten.« Neben dem Glaubensbekenntnis finden sich auf den Seiten Psalme, Gebete und sogar zehn Gebote: »Dünn sein ist wichtiger als gesund sein« oder »Ich darf nicht essen, ohne mich schuldig zu fühlen« sind nur zwei der Regeln, die sie sich auferlegen.

Eine Liste mit »Komplimenten«, Kommentaren anderer über die Figur der Magersüchtigen, findet sich in fast jedem Pro-Ana-Blog. Dass die nicht immer als Kompliment gemeint sind, zeigt einmal mehr, wie verzerrt die Wahrnehmung der Anorektikerinnen ist. Auch Tipps und Tricks zur Vermeidung der Nahrungsaufnahme und zur Ablenkung vom ständigen Gedanken ans Essen

gehören zum Repertoire. Es wird akribisch Buch geführt über das jeweils aktuelle Gewicht und das tägliche Essen samt Kalorienangabe. Klare Anweisungen zum Ess- und Sozialverhalten oder zum Wiegen geben Anas Gesetze. In Paragraf 4 wird strikt zur Geheimhaltung aufgefordert: »Pro-Ana, dieser Name/Begriff wird nicht in Gegenwart anderer Nicht-Anas erwähnt, geschrieben etc. – Auch darf während einer Therapie der Name nicht fallen«, heißt es dort. Zugleich rät Ana, den Verlauf im Browser zu löschen, damit niemand die Bewegung auf den Pro-Ana-Seiten nachvollziehen kann. Sylvia Baeck von Dick und Dünn hat gar von technischen Einstellungen gehört, mit denen UserInnen mit einem Klick eine Pro-Ana-Seite umgehend verschwinden und eine andere harmlose anzeigen lassen können, um unentdeckt zu bleiben.

Die Problematik der Pro-Ana-Blogs nimmt zu. Seit Beginn ihrer Recherche im Jahr 2006 liegen der Einrichtung jugendschutz.net mittlerweile über 670 Angebote vor, die kontrolliert wurden. Acht von zehn Angeboten werden als jugendgefährdend eingeschätzt. Ist das der Fall, setzt sich die Kontrollstelle mit den Providern in Verbindung und fordert diese auf, die Pro-Ana-Inhalte zu löschen. »Unsere Erfolgsquote liegt im In- und Ausland bei über achtzig Prozent«, so Rauchfuß. Kommen die Provider der Aufforderung nicht nach, wird das Anliegen an die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) weitergeleitet (vgl. S. 27ff). Zwei solcher Pro-Ana-Blogs wurden von der BPjM bislang indiziert, in allen anderen Fällen waren bereits die Provider tätig geworden.

sop