

Resolution des Frauenausschusses des Österreichischen Städtebundes zu

„Schönheitsoperationen“

Die Abbildungen von Frauen in diversen Medien prägen Idealbilder, die nicht der Realität entsprechen. Zugleich wird das äußere Erscheinungsbild in immer größerem Ausmaß als Maßstab für Anerkennung, Erfolg, Bewunderung und Beliebtheit propagiert.

Geprägt werden diese Körper-Idealbilder von magersüchtigen Models auf den Laufstegen, vollbusigen und körperlich makellosen Schauspielerinnen, scheinbar alterslosen Society-Damen etc., die Vorbildwirkung vor allem für junge Frauen haben. Fototechnisch verfälschte Aufnahmen bekannter Frauen in Medien erwecken zusätzlich den Eindruck, dass Normal- oder Übergewicht, natürlich proportionierte Brüste oder natürliches Altern nicht den heutigen Vorstellungen einer erfolgreichen, begehrenswerten Frau entsprechen.

Die Folge ist, dass vor allem Frauen ihr Selbstwertgefühl nach Gewicht und Kleidergröße definieren und bereit sind vieles zu tun, um diesen irreführenden Idealbildern zu entsprechen. Die gesundheitlichen Auswirkungen sind Essstörungen, an denen rund 200.000 Österreicherinnen zumindest einmal in ihrem Leben erkranken, psychische Probleme und Komplikationen bei Schönheitschirurgischen Eingriffen.

Trotzdem boomt das Geschäft mit Schönheitsoperationen und –eingriffen. Laut Studie des Wiener Frauengesundheitsprogramms gaben 8% der Frauen über 14 Jahren an, bereits einen Schönheitschirurgischen oder kosmetischen Eingriff hinter sich zu haben. Weitere 25 Prozent können sich vorstellen, sich einer solchen Schönheitsmedizinischen Intervention zu unterziehen. Schätzungen zufolge sind es rund 50.000 Schönheitsoperationen pro Jahr, die in Österreich durchgeführt werden. Favoriten bei den medizinischen Eingriffen sind Fettabsaugungen, Brustvergrößerungen, Falten- und Gesichtstraffungen, Augenlid- und

Nasenkorrekturen. Das Nervengift *Botox* erreicht schon fast die Anwendungshäufigkeit von kosmetischen Artikeln.

Die Tendenz ist steigend, obwohl nur 10 % mit dem Ergebnis ihrer Schönheitsoperation „sehr zufrieden“ sind und 11% sogar „sehr unzufrieden“. Immer mehr Menschen begeben sich in schönheitschirurgische oder kosmetische Behandlung und sie werden immer jünger.

Der Einfluss der Medien wird dabei immer größer. Verstärkt wird diese Tendenz durch TV-Shows über Schönheitsoperationen, die enormen Einfluss auf Jugendliche und deren Körperbild haben. Zusätzlich wird suggeriert, wie einfach und unkompliziert ein Eingriff ist, wie schnell er geht. Auswüchse wie Verlosungen von Brustvergrößerungen und Schönheitsoperationen in Printmedien und Diskotheken runden die Werbung für chirurgische Eingriffe ohne medizinische Indikation ab. Zuwenig werden die Risiken und Komplikationen thematisiert und darüber informiert, dass Schönheitsoperationen schwere Eingriffe sind, die bei jungen Frauen in der Entwicklungsphase schwere Folgen haben können. Umso erschreckender, dass sich vermehrt junge Frauen unter 18 Jahren solche Eingriffe wünschen und von den Eltern auch immer wieder finanziert erhalten.

Diese Entwicklungen haben auch schon zu folgerichtigen Reaktionen geführt. In Großbritannien musste etwa der Kosmetikkonzern L'Oréal seine Werbekampagne mit retouchierten Bildern einstellen. Die Schauspielerin Julia Roberts und das Model Christy Turlington wurden durch Fotobearbeitung derart unrealistisch "schön" dargestellt, dass die Kampagne von der britischen Advertising Standards Authority (ASA) als irreführend bezeichnet wurde. In Italien und Deutschland sind Verbote von Schönheitsoperationen an Minderjährigen in Vorbereitung.

Aus den genannten Gründen fordert der Frauenausschuss des Österreichischen Städtebundes daher

die Entwicklung von Maßnahmen und Standards gegen die Verharmlosung von Schönheitsoperationen, insbesondere

- ethische Kriterien und Qualitätsstandards für Schönheitsoperationen und – eingriffe (analog zu den „Leitlinien zur weiblichen Genitalchirurgie“, Wien).
- standardisierte, objektivierte PatientInnen-Informationenblätter zu Schönheitsoperationen und –eingriffen samt schriftlicher Zustimmungserklärung seitens der KonsumentInnen/PatientInnen
- psychologische Beratung im Hinblick auf eine Körperbildstörung als Voraussetzung für einen schönheitschirurgischen Eingriff.
- Verbot der Durchführung von Schönheitsoperationen an noch nicht volljährigen Personen
- Werbeverbot für Schönheitsoperationen und –eingriffe in Discotheken, TV-Shows und anderen Medien.
- Kennzeichnungspflicht für unrealistisch verfälschte bzw. bearbeitete Bilder von Frauen in Werbesujets
- Prüfung der Einhaltung und bei Bedarf Verurteilung von Verstößen hinsichtlich der vorhin genannten Werbeverbote sowie der Kennzeichnung von verfälschten Körperbilder durch den Österreichischen Werberat .

* * *