

# Kultur & Gesellschaft

## Influencerinnen setzen sich für die ungeschminkte Realität ein

**Mut zum Makel** Auf Instagram präsentieren immer mehr Frauen ihre natürliche Haut – mit Akne und Narben. Wieso sie ausgerechnet auf Social Media für ein gesundes Körperbild werben.

**Aleksandra Hiltmann**

Was man auf den Instagramfotos unter #skinpositivity mitunter sieht, tut vom blossen Zuschauen weh. Aufgeschwollene, aufgeplatzte, eitrig oder gerötete Stellen im Gesicht. Das Video, in dem das britische «Akne-Model» Kadeeja Sel Khan erstmals ungefiltert ihre natürliche Haut zeigte, ging viral. Zuvor sah man Letztere nur überdeckt von dicken Make-up-Schichten.

«Skin Positivity» – Hautpositivität – steht für eine Unterkategorie der «Body Positivity», bei der im Zentrum steht, den Körper in allen Formen und Grössen zu normalisieren. Denn nicht nur das Schönheitsideal eines dünnen Körpers wurde über die vergangenen Jahre von den sozialen Medien stark zementiert, auch jenes, dass die Haut makellos sein muss.

Nun aber ist ein Gegentrend im Gange: Weltweit zeigen immer mehr Influencerinnen ihre Narben, Dehnungsstreifen, Cellulitiden, Pigmentstörungen und andere Körpermerkmale, die nicht der gesellschaftlichen Schönheitsnorm entsprechen. Dazu gehört auch Akne.

Einige Frauen, die auf ihren Accounts Hashtags wie #acnepositivity oder #realskin verwenden, zeigen sich auf all ihren Instagram-Fotos ungeschminkt, andere nur auf vereinzelt. Was ihnen gemein ist: Sie teilen ihre Leidensgeschichten, berichten darüber, wie sie beleidigt werden und was ihnen geholfen hat, dass die Akne weniger wird. Sie trösten ihre Follower – «Ihr seid nicht allein» – und bestärken die Community darin, sich von anderen nicht über ihre Haut definieren zu lassen.

**Motivation: Authentisch sein**

Gleichzeitig werben einige der Frauen für Produkte, mit denen sie ihre Akne überschminken, oder sie zeigen sich, wie etwa die österreichische Lifestyle-Bloggerin und Influencerin Antonia «Toni» Schulz, mehrheitlich mit perfektem Teint. Akne-Bilder gibt es auf Tonis Account Mutausrüche nur vereinzelt, trotz «Self-love-Claim». Ein Widerspruch?

«Mir ist Realität und Ästhetik gleichermassen wichtig. Das eine schliesst das andere nicht aus», schreibt die 23-Jährige per Mail. Nicht alle Fotos seien bearbeitet, und in jedem Falle würden sie immer noch sie und ihren Alltag zeigen – zu Hause bei einer Tasse Kaffee oder im Wald beim Spazieren mit dem Hund. «Denn das gehört genauso dazu wie mein ungeschminktes Gesicht.»

Wie hat sie sich gefühlt, als sie 2018 zum ersten Mal ein Bild mit Akne gepostet hat? «Ich hatte ziemlich Angst und hab mein Handy danach erst mal mehrere Stunden beiseitegelegt», schreibt Toni. Eineinhalb Jahre lang habe sie ihrer Community nichts über ihre Akne erzählt. Gleichzeitig sei ihr genau diese Beziehung aber wichtig, und dazu gehöre es auch, authentisch zu sein. «Es



Toni leidet unter Akne. Auf Instagram spricht sie auf dem Account Mutausrüche offen darüber. Foto: Instagram

### Fünf Accounts für positive Körperbilder

— **Projekt Grenzenlos**

Saskia leidet unter der chronischen Darmerkrankung Morbus Crohn und lebt mit einem künstlichen Darmausgang. Mit ihrem Freund gründete sie das Projekt Grenzenlos und fotografiert andere Menschen, die wie sie körperliche Auffälligkeiten haben. Die kunstvoll inszenierten Bilder sollen anderen Selbstvertrauen geben und zeigen, wie vielfältig Schönheit sein kann.

— **Peter DeVito**

Der US-amerikanische Fotograf möchte Akne und andere Hautauffälligkeiten nicht glorifizieren, sondern normalisieren. Da-

für fotografiert er ganze Kampagnen, die in Magazinen, unter anderem der «Vogue», und Kampagnen weltweit Anerkennung finden.

— **Rebecca Chelbea**

Der Körper sollte ausser auf dem Kopf möglichst haarlos sein? Nein, findet Rebecca Chelbea. Man solle sich fragen: Will man sich wirklich rasieren, oder ist es eher die Gesellschaft, die das von einem verlangt?

— **Harnaam Kaur**

«Hi, die meisten von euch sind wahrscheinlich in einem Schockzustand», sagt Harnaam Kaur in

einem ihrer Videos, «Wieso trägt diese Person Bart, Brüste und Make-up?» In den sozialen Medien erzählt die Britin, weshalb sie ihr Anderssein als befreiend empfindet.

— **Megan Jayne Crabbe**

Megan Jayne Crabbe war fünf, als sie begann, sich in ihrem Körper unwohl zu fühlen. Es folgten Diäten, Jo-Jo-Effekte, Anorexie, Psychiatrie. Irgendwann sah sie auf Instagram ein Body-Positivity-Bild einer Frau im Bikini. Heute hat sie über eine Million Follower und kämpft dafür, dass Menschen nicht als «fett» beschimpft werden. (ahl)

wurde mit jedem Bild leichter.» Die vielen positiven Nachrichten, Kommentare und E-Mails hätten ihr die Angst genommen.

Sie glaubt nicht, dass Frauen ihre Makel zeigen, um mehr Likes von anderen Frauen zu erhalten. Einige gebe es bestimmt. «Aber ganz ehrlich? Makel zu zeigen, ist doch besser als perfekt gephotshoppte Körper, die anderen ein schlechtes Gefühl geben.» Der Gedanke, dass sie anderen mit ihren Skin-Positivity-Fotos Mut geben könne, erfülle sie und sporne sie an weiterzumachen.

Dass diese Aussage mehr als Wunschdenken ist, bestätigt Lilian Suter. Sie forscht an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften zu Jugend und Medien. «Es gibt erste Studien, die Hinweise liefern, dass sich Posts aus dem Bereich Body Positivity positiv auf Nutzerinnen und Nutzer auswirken, die diese sehen.»

**«Nach dem Posten des ersten Bilds mit Akne hatte ich ziemlich Angst.»**

**Antonia «Toni» Schulz**  
Influencerin

Body-Positivity-Bilder, die nicht dem Dünn-Ideal entsprechen, konnten die Stimmung der Betrachtenden heben oder dazu führen, dass sie ihren eigenen Körper eher akzeptierten und wertschätzten. Entscheidend findet Suter, dass die Beiträge gezielt die Selbstliebe und -akzeptanz ansprechen und fördern, zum Beispiel in Form von Bildbeschreibungen, die inspirierende oder motivierende Sprüche enthalten.

Ist ausgerechnet Instagram der richtige Ort, um für natürliche Körperbilder zu werben? «Wenn nicht auf den sozialen Medien, wo sonst?», fragt Influencerin Toni zurück. Dass man die Jungen am besten dort erreicht, wo sie sich selbst aufhalten, weiss auch das Team des Instagram-Kanals «Glanz & Natur». Der Account gehört zu Funk, dem Content-Netzwerk der deutschen Rundfunkanstalten ARD und ZDF, dessen Formate sich an eine junge Zielgruppe richten.

«Glanz & Natur» möchte mit seinen Beiträgen ein Gegengewicht zu gängigen Schönheitsidealen schaffen und nutzt dafür die goldenen Regeln der sozialen Medien – die Moderatorinnen und Moderatoren sprechen das Publikum in den Videos direkt an, erzählen auch, wie es ihnen geht mit den Themen, die sie präsentieren, und sie führen Interviews mit Influencerinnen und Betroffenen.

Die Community wird aktiv eingebunden, wenn es darum geht, über unreine Haut, Tabuthemen rund um die Menstruation, Kör-

perbehaarung, körperliche Beeinträchtigungen oder extreme Schönheits-OPs zu diskutieren.

«Unsere Followerinnen teilen auch ihre persönlichen Geschichten mit uns. Das ist berührend. Viele schreiben, dass ihnen unsere Beiträge Mut machen», sagt Social-Media-Autorin Vanessa Beule über Zoom.

Aber auch bei «Glanz & Natur» gilt: «Wenn ein Influencer oder eine Influencerin sich wohler fühlt, wenn er oder sie sich Pickel wegretouchiert, dann ist das okay. Wir verurteilen das nicht.» Auch das Moderationsteam zeigt sich je nach Laune geschminkt oder ungeschminkt. Den 115'000 Followern gefällt das. Das Feedback sei zum grossen Teil positiv.

«Klar, wir bewegen uns in einer bestimmten Bubble», sagt Beule – obwohl man hier immerhin von einer Bubble spricht, die, wenn es um Skin und Body Positivity geht, mehrere Millionen Menschen weltweit umfasst. Trotzdem meint das Team zu spüren, dass junge Menschen immer mehr Mut hätten, ihre Besonderheiten nach aussen zu tragen, anstatt sich dafür zu schämen, auch ausserhalb der sozialen Medien. Beule glaubt nicht, dass der Trend zu mehr Natürlichkeit und Diversität abflachen wird. «Je mehr man davon sieht und es die Leute interessiert, desto eher wird das Thema wiederum bedient.»

**Tipps von der Forscherin**

Auch für Toni geht die «Selbstliebe und Skin-Positivity-Reise» weiter. Bisher habe ihr die Community sehr geholfen, sich und ihre Haut zu akzeptieren. Vielleicht sogar noch mehr, als die Freunde im analogen Leben. Denn anders als Letztere hätten viele ihrer Follower dasselbe durchgemacht und könnten sich deshalb besser in ihre Situation hineinversetzen, auch, dass man Akne trotz intensiver Behandlung unter Umständen jahrelang nicht loswird.

Wissenschaftlerin Lilian Suter rät Jugendlichen, die über die sozialen Medien einen «Schönheits- oder Perfektionsdruck» verspüren, kritisch zu prüfen, welchen Accounts sie folgen und wie es ihnen damit geht. Um dann gegebenenfalls «auszumisten» und neuen Profilen zu folgen, bei denen sie ein gutes Gefühl haben.

In Grossbritannien hat sich zudem kürzlich die Werbeaufsicht Advertising Standards Authority (ASA) zum Thema geäussert. Laut ASA sollen Marken und Influencerinnen bei Fotos keine verschönernden Filter verwenden, die den Effekt eines beworbenen Produktes übertreiben. Wer dies trotzdem tut, riskiert, dass sein Post entfernt wird, was wiederum dem Image der betreffenden Personen und Brands schadet.

Angestossen wurde dieser Schritt vom britischen Model Sasha Pallari. Ihr Claim: Wir müssen mehr natürliche Haut sehen. Ihr Hashtag für die Natürlichkeits-Kampagne: filterdrop.