

TRENDBAROMETER



Berührende Schönheit

Mit dem Projekt «Make me beautiful» ist die Diskussion um das Thema Schönheit aktuell neu entflammt. Die amerikanische Journalistin Esther Honig hatte ein Bild von sich an Photoshop-Spezialisten in der ganzen Welt geschickt. Ihre simple Bitte: macht was draus – macht mich hübsch. Sie hoffte, die Bildbearbeitungskünstler würden auch ihre kulturell geprägten Ansichten, von dem, was schön ist, mit einfließen lassen. Und tatsächlich: Unter dem Titel «Before and after» lassen sich jetzt 25 Zeugnisse eines kulturell differierenden Schönheitsempfindens aus Ländern von Sri Lanka über die Ukraine bis Kenia nachzeichnen.

Die grossangelegte weltweite Studie zum Thema Schönheit, die im letzten Jahr unter der Ägide des Konzerns Unilever durchgeführt worden war, belegt zudem ganz eindeutig: Die wenigsten Frauen fühlen sich schön. Nur vier Prozent nehmen dieses Attribut für sich in Anspruch. Den meisten fällt beim Nachdenken über den eigenen Körper das eine oder andere ein, was sie gerne verändern würden.

Dass diese Frauen aber eigentlich schöner sind, als sie selbst meinen, hat der Konzern dann eindrücklich mit seiner «Beauty Sketches»-Kampagne für die Kosmetikmarke Dove unter Beweis gestellt. Dazu wurde ein Phantombild-Zeichner engagiert, der zwei Porträts der gleichen Frau anfertigte, ohne sie je gesehen zu haben. Das eine nach ihrer eigenen Beschreibung, das andere nach der Beschreibung einer flüchtigen Bekannten. Das Ergebnis ist so eindeutig wie berührend: Immer war das Bild nach der flüchtigen Beschreibung das schönere. Es lohnt, sich diese Kampagne auf Youtube anzusehen.

Herzlich,
Ihre Corinna Mühlhausen