



**D**ie Optimierung des Aussehens war immer schon ein Thema, bereits Sokrates stellte die Frage, ob es einen Zusammenhang zwischen einem schönen Äußeren und einer „angenehmen“ Persönlichkeit gibt (vgl. Martínková 2010). In der sozialpsychologischen Forschung geht man davon aus, dass sich Schönheitsideale ständig wandeln. Im alten Ägypten (ca. 3.000 v. Chr.) galten schmale Menschen ohne jede Körperbehaarung als schön. Vor allem in asiatischen Ländern ist eine möglichst weiße Haut ein wichtiges Zeichen für Schönheit. In Korea ist es ein Hauptziel der Kosmetik, vor allem Frauen ganz weiß erscheinen zu lassen. Dort sind auch Schönheitsoperationen äußerst beliebt und werden Jugendlichen oft zum Abitur geschenkt. Künstlich sein Aussehen zu verändern, gilt hier als völlig normal. Auch bei der Partnerwahl zeigt sich das Schönheitsempfinden als flexibel: Verschiedene Stu-

dien zeigen, dass das Aussehen eine immer geringere Rolle spielt, je mehr Zeit man sich für den Aufbau einer Partnerschaft lässt (so z. B. Batres u. a. 2017).

Das Aussehen spielt vor allem bei der Beziehungsaufnahme eine große Rolle. Evolutionsbiologen nennen das „assortative Paarung“: Wie auf einem Markt testet man die eigene Attraktivität und sucht einen Partner, der dieser ungefähr entspricht. Und je schöner das Ergebnis der Partnerwahl ist, desto positiver wirkt sich das auf den eigenen Selbstwert aus.

### Schönheitsideale der Medien

Die kulturellen Unterschiede lösen sich durch die audiovisuellen Medien allmählich auf. Der Mensch steht nicht mehr nur im Vergleich mit den Bewohnern des Dorfes oder der Stadt, sondern mit den Schönheitsidealen der ganzen Welt. Massen-

Joachim von Gottberg

# Aussehen und Partnerwahl

## Wie Schönheitsideale entstehen und uns beeinflussen

Das Aussehen spielt bei der Partnerwahl eine entscheidende Rolle, auch wenn wir das als Partnersuchende ungern zugeben. Das Äußere ist das, was wir zuerst von Menschen wahrnehmen, und wir reagieren darauf sekundenschnell, ohne dass uns das immer bewusst ist: Wir sind von einer Person angezogen, abgestoßen oder empfinden sie als neutral und nehmen sie kaum zur Kenntnis. Für Schönheitsideale gibt es universelle Merkmale, sie sind aber auch veränderbar.

medien müssen aus kommerziellem Interesse möglichst viele Menschen ansprechen, um über den Verkauf bei Zeitschriften oder die Werbung beim Fernsehen oder Onlineangeboten Gewinne zu erzielen. Um Titelbilder und natürlich auch den Inhalt für den Zuschauer möglichst attraktiv zu gestalten, wählen sie die Gesichter aus, die bei einem möglichst breiten Publikum vermutlich gut ankommen. Damit nehmen sie einerseits den Mainstream-Geschmack auf, stabilisieren ihn aber gleichzeitig auch. Doch es kann kommerziell auch erfolgreich sein, neue Trends und Typen zu entdecken und zu kreieren. Dadurch wird zudem ein Wandel unterstützt. Auch in Spielfilmen, in der Werbung oder in der Popmusik sind Menschen mit einem attraktiven Aussehen gefragt, wodurch der Anspruch bezüglich der Attraktivität erheblich gestiegen ist: Die Schönheitsideale, die von den Massenmedien geprägt werden, spielen auf jeden Fall bei der Konstruktion der eigenen Schön-

heitsvorstellung eine große Rolle. Was aber der Nutzer daraus macht, bestimmt er zum großen Teil selbst. Da wir in unserer Gesellschaft in der Regel frei und selbstbestimmt über die Wahl des Partners entscheiden können – das war nicht immer so –, ist die eigene Vorstellung, wie sie oder er aussehen oder sein sollte, entscheidender denn je.

### Schönheitsideale

Aussehen und die Schönheit liegen bekanntlich im Auge des Betrachters, selbst eineiige Zwillinge haben, so die Forschung, nicht mehr Übereinstimmungen bezüglich der optischen Präferenz bei der Partnerwahl als nicht verwandte Menschen. Darüber hinaus scheint sich der „Geschmack“ auch im Laufe des eigenen Lebens zu verändern. Der Wiener Attraktivitätsforscher Karl Grammer (1994) vertritt allerdings die Meinung,

dass die Flexibilität bezüglich des Schönheitsideals ihre Grenzen hat. Bestimmte Schönheitsideale hätten sich vielmehr universell herausgebildet, weil sie unbewusst als Hinweis auf Gesundheit und Intelligenz decodiert werden, die bei der Fortpflanzung von Vorteil sind. Er stellt verschiedene Kriterien auf, die seiner Meinung nach universell bei der Konstruktion von Schönheitsidealen eine Rolle spielen: Frauen müssen jung sein oder zumindest jung wirken, da dies unbewusst bei Männern für ihr „reproduktives Potenzial“ spricht. Körpergröße, breite Schultern und ein markanter Unterkiefer bei Männern sprechen für einen hohen Testosteronspiegel, solche Männer erscheinen aggressiver und streben nach einem höheren Status. Bei Frauen sprechen eine schlanke Taille, runde Kurven und zarte, kindliche Gesichtszüge für eine gute hormonelle Konstitution als Voraussetzung für Fruchtbarkeit. Das Gewicht hingegen sei nicht so wichtig, so jedenfalls der Attraktivitätsforscher Martin Gründl von der Hochschule Harz, wichtig sei vor allem das Kurvenverhältnis: Als ideal gilt ein Ergebnis von 0,7, wenn man den Taillenumfang durch den Hüftumfang teilt. Diäten sind also nicht immer Erfolg versprechend. Es kommt außerdem nicht so sehr auf das gesamte Gesicht an, sondern die Augen, die Nase, die Lippen und die Stirn sollen einzeln jeweils dem Durchschnitt der Bevölkerung entsprechen – der absolute Durchschnitt sei perfekt, wenn es um das ästhetische Empfinden gehe. Weiterhin wird Symmetrie unbewusst als gesund wahrgenommen. Auch Geruch und Stimme lassen auf Alter, Körpergröße und Gewicht eines Menschen schließen – und somit auf seine Schönheit. Tatsächlich sprechen Bilder wie beispielsweise das der Nofretete, der Kleopatra sowie der Mona Lisa dafür, dass es trotz allem Wandel der Schönheitsideale auch Konstanten gibt. Wahrscheinlich liegt auch hier die Wahrheit in der Mitte.

### **Vertrautes gewinnt an Attraktivität**

Oft fragen wir uns, was manche Paare zusammenhält: Warum hat Prinz Charles seine jetzige Frau Camilla auch während seiner ersten Ehe der „objektiv“ doch viel hübscheren Frau Diana vorgezogen? Eine der Erklärungen ist, dass sie sich schon so lange kennen. Untersuchungen haben gezeigt, dass wir Gesichter, die wir lange kennen, zunehmend attraktiv finden. Das gilt nicht nur für einzelne Menschen, sondern allgemein: Untersuchungen zeigen, dass man bestimmte Merkmale im Laufe der Zeit attraktiver findet, wenn sie einem an verschiedenen Personen immer wieder vorgeführt werden (vgl. Der Spiegel 2004). Unser Attraktivitätskonzept ist also lernfähig. Unklar in der Forschung ist noch, ob sich die Veränderungen von Attraktivitätsvorstellungen nur auf ein Geschlecht oder auf beide Geschlechter beziehen. So könnte man beispielsweise bei Männern einen Bauchansatz als gemütlich und angenehm empfinden, von Frauen aber erwarten, dass sie schlank sind. Wenn das so wäre, müssten im Gehirn unterschiedliche Neuronengruppen für die Verarbeitung des männlichen und weiblichen Aussehens zuständig sein. Darüber wird in der Wissenschaft noch gestritten. Es kommt aber auch vor,

dass Personen, die nach objektiven Kriterien weniger attraktiv sind, doch von vielen Menschen äußerlich positiv bewertet werden. „Der hat was“, ist dann meist der Kommentar, der im Prinzip zum Ausdruck bringt, dass man den Grund für die Attraktivität nicht festmachen kann.

### **Die Normierung von Attraktivität**

Trotz dieser individuellen Zugänge versuchen wir, ein Schönheitsideal zu normieren: Für die Figur gilt der BMI (Body-Mass-Index), der nicht über eine bestimmte Zahl steigen darf. Da es gilt, das Idealmaß zu halten, boomen Fitnesscenter, Körperertüchtigung wird großgeschrieben. Daran sehen wir aber auch, dass das Schönheitsideal mit Entwicklungen zusammenhängt, die gerade als problematisch gelten: Während eine gewisse Körperfülle in Gesellschaften, in denen die meisten Menschen aufgrund der üblichen körperlichen Arbeit eher unterernährt waren, als attraktiv galt, führt aufgrund der Zunahme sitzender Tätigkeiten heute Übergewicht bei einem großen Teil der Menschen zu gesundheitlichen Schäden. Von Heidi Klum bis zur Gesundheitspolitik heißt es deshalb: Du musst schlank werden! Unser Attraktivitätsverständnis passt sich also auch aktuellen Nützlichkeitsabwägungen an. Der Erfolg von Uhren und Armbändern, die Fitness und Bewegung überwachen und uns über Meldungen, das Ziel erreicht oder verfehlt zu haben, jeden Tag konditionieren, macht das ebenfalls deutlich.

Auch meinen die meisten Menschen noch, dass in einer Partnerschaft der Mann größer sein sollte als die Frau. Nach Untersuchungen von Elitepartner und Parship (Weißmann 2019) sind neun von zehn Frauen mit einem größeren Mann zusammen. Auch Männer bevorzugen danach kleinere Frauen, 51 % bevorzugen Partnerinnen zwischen 1,60 Meter und 1,70 Meter, weitere 38 % bis 1,80 Meter. Nur jeder zehnte Mann steht auf größere Frauen. Gert Stulp von der Universität in Groningen untersuchte das Phänomen mit 650 Probanden und stellte fest, dass Männer im Durchschnitt acht Zentimeter größer sein wollen als ihre Partnerin, bei Frauen fällt die gewünschte Differenz mit 21 Zentimetern noch größer aus. Die Forschung vermutet, dass ein größerer Mann im Hinblick auf den Nachwuchs als stärker und effektiver angesehen wird, was die Nahrungssuche betrifft. Mediale Vorbilder brechen aber auch manchmal die Norm: Claudia Schiffer, Nicole Kidman und Brigitte Nielsen sind mit kleineren Männern verheiratet.

### **Kosmetik und plastische Chirurgie**

Unsere modernen Gesellschaften bieten aber nicht nur die Chance zu Liebesheirat, unsere Industrie bietet auch eine Reihe von Möglichkeiten an, durch Kosmetik oder plastische Chirurgie da nachzuhelfen, wo die Natur dem Selbstbild nicht so richtig entsprochen hat. Ein Problem, das vor allem von Frauen gesehen wird, ist die Vertuschung von altersbedingten Veränderungen, insbesondere betrifft das Falten. Teure Cremes,

die faltenfreie Haut bis in das hohe Alter versprechen, sind dabei ebenso hoch im Kurs wie die plastische Chirurgie, die heutzutage wahre Wunder verspricht. Die Deutsche Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie (DGÄPC) hat im Juli 2020 eine Statistik vorgelegt, die einen Überblick über die Motive und Wünsche der Patientinnen und Patienten von 2018 bis 2019 gibt. In der Studie werden die am häufigsten durchgeführten Eingriffe aufgeführt: Ganz vorne liegt mit 39,4 % der Versuch, Altersprozesse durch Faltenunterspritzungen aufzuhalten oder zumindest zu verlangsamen. Dies bedarf inzwischen meist keines chirurgischen Eingriffs mehr. Im Hinblick auf chirurgische Eingriffe steht bei Frauen die Brustvergrößerung mit 12,9 % weit oben, gefolgt von Fettabsaugung mit 9,7 %, Oberlidstraffung mit 7,3 %, diversen Korrekturen an der Brust mit 4,4 %, Nasenkorrektur mit 4,2 % und Bauchdeckenstraffung mit 3,7 %.

Bei Männern stand Fettabsaugung mit 13,4 % ganz oben, gefolgt von Faltenunterspritzung mit 11 %, Gynäkomastiebehandlungen (Verkleinerung einer zu weiblich wirkenden Brust) haben mit 5,8 % gegenüber dem Vorjahr (2,7 %) zugenommen. Immerhin 8,5 % der Männer ließen ihre Nase korrigieren. Von der Altersstruktur her entfallen zwei Drittel der Schönheitsoperationen auf Menschen im Alter zwischen 40 und 60 Jahren. Menschen zwischen 30 und 40 Jahren stellen hingegen nur einen Anteil von 17 % an der Gesamtmenge dar, nur jede zehnte Behandlung betraf Menschen zwischen 70 und 80 Jahren. Insgesamt ist der Anteil von Frauen, die sich einer Schönheitsoperation unterziehen, mit 86,8 % erheblich größer als der Anteil von Männern mit 12,3 %. Zwar gehören auch Männer inzwischen zur festen Klientel der Schönheitschirurgen, allerdings schwanken ihre Anteile zwischen 17,5 % im Jahr 2017 (Höchstwert) bis 12 % im Jahr 2018 (niedrigster Wert). 2019 wurde zum ersten Mal auch der Anteil von als „divers“ beschriebenen Menschen gemessen, er lag aber noch bescheiden bei 1 %.

## Motive

77,3 % der Patienten gaben an, aus einer eigenen Motivation heraus die Entscheidung für eine solche Operation getroffen zu haben. 15,9 % nannten ihr persönliches Umfeld, 4,1 % ihr berufliches Umfeld als Initiatoren. Nur 2,3 % gaben an, durch Informationen aus sozialen Netzwerken die Motivation für die Operation entwickelt zu haben. Der Grund, eine Operation durchzuführen, entstand in 61,7 % der Fälle aus einem ästhetischen Leidensdruck. Nur in 14,9 % der Fälle wurden gesundheitliche Beschwerden als Grund angegeben. 14 % fanden sich selbst nicht schön und wollten ihr Erscheinungsbild deshalb ändern. Nur 9,8 % der Befragten gaben an, einem ästhetischen Vorbild aus den Medien ähnlicher sein zu wollen.

Tatsächlich haben in der Vergangenheit berühmte Persönlichkeiten, Supermodels oder Filmstars die Vorlage dafür geboten, wie man aussehen will. „Doch es zeichnet sich auch ein neuer Trend ab – so sind es nicht mehr nur Prominente und bekannte Personen, die durch ihre perfekte Inszenierung als

ästhetische Idealbilder gelten. Zunehmend wird das idealisierte Selbstporträt – weil softwareoptimiert – zum persönlichen Referenzpunkt. Zum ersten Mal haben wir die Patient\*innen in unserem Fragebogen gefragt, ob sie so aussehen wollen, wie auf ihren eigenen, mit Bildbearbeitungsprogrammen bearbeiteten Fotos und Selfies. Diese Frage beantworteten 14 % mit ‚Ja‘. [...] In einer unter den Mitgliedern der DGÄPC durchgeführten Umfrage gaben 59,1 % der befragten Chirurgen an, dass bereits vereinzelt Patient\*innen mit über Bildbearbeitungsprogrammen veränderten Selfies als Vorlage für eine Behandlung in ihre Praxis gekommen sind. 9,1 % waren mit diesem Phänomen sogar bereits sehr häufig konfrontiert. 31,8 % der befragten Fachärzte haben damit hingegen noch keine Erfahrung gemacht. (DGÄPC 2020, S. 14)

## Fazit

Es gibt, glaubt man der Attraktivitätsforschung, universelle Konstanten, die darüber entscheiden, wann wir Menschen als „schön“ empfinden, aber wir scheinen auch lernfähig zu sein und unser ästhetisches Empfinden an Erfahrungen mit positiven Eigenschaften abgleichen zu können. Medien prägen unsere Schönheitsideale, sie dominieren sie allerdings nicht. Glaubt man den Schönheitschirurgen, dienen Modelle aus den Medien nicht mehr so sehr als Vorlage für das eigene Aussehen, sondern man schafft über Bildbearbeitungsprogramme ein individuelles Bild von sich selbst. Bei der ersten Begegnung spielt das Aussehen sicher die größte Rolle, aber langfristig kommt es eher darauf an, dass man im realen Leben zusammenpasst, sich ergänzt, aber auch die nötige Spannung erhalten kann. Das verändert dann auch das eigene Schönheitsideal. Wir sollten uns Zeit lassen, bevor wir uns für eine feste Beziehung entscheiden, und, wenn wir unsere Bekanntschaften im Internet machen, nicht nur auf die Bilder schauen.

## Literatur:

**Batres, C./Kannan, M./Perrett, D.:** *Familiarity with Own Population's Appearance Influences Facial Preferences.* In: *Human Nature*, 3/2017/28. Abrufbar unter: <https://link.springer.com>

**Der Spiegel (ohne Autorengabe):** *Schön vertraut.* In: *Der Spiegel*, 17/2004, S. 184

**Deutsche Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie (DGÄPC) (Hrsg.):** *DGÄPC-Statistik 2018–2019. Zahlen, Fakten und Trends der Ästhetisch-Plastischen Chirurgie.* Berlin 2020. Abrufbar unter: <https://www.dgaepc.de>

**Grammer, K.:** *Signale der Liebe. Die biologischen Gesetze der Partnerschaft.* Hamburg 1994

**Martínková, I.:** *Three Interpretations of Kalokagathia.* In: P. Mauritsch (Hrsg.): *Körper im Kopf. Antike Diskurse zum Körper.* Graz 2010

**Weißmann, H.:** *Große Männer, große Frauen: Wie die Körpergröße die Partnerwahl beeinflusst.* In: *Parship*, 09.08.2019. Abrufbar unter: <https://www.parship.de>



Prof. Joachim von Gottberg ist Chefredakteur von *tv diskurs*.