

Die Zeitschrift für
Frauengesundheit

39. Jahrgang / November 2014

clio 79

Frauen – Körper – Politik

40
JAHRE
FFGZ
Berlin e.V.

- Zwischen Selbstbestimmung und Fremdbestimmung
- Frauengesundheit und soziale Lage
- Abtreibung
- Reproduktionsmedizin in der feministischen Kritik

Inhaltsverzeichnis

- | | |
|---|---|
| <p>4 CORNELIA BURGERT
Zwischen Selbstbestimmung und Fremdbestimmung – 40 Jahre Frauengesundheit in eigener Hand?!</p> <p>8 JUDITH FUCHS, CORNELIA LANGE, THOMAS LAMPERT
Gesundheitliche Lage von sozial benachteiligten Frauen</p> <p>12 THEDA BORDE
Soziale und gesundheitliche Lage von Migrantinnen</p> <p>16 FELICE GALLÉ
Schön genug</p> <p>20 ULRIKE BUSCH
Schwangerschaftsabbruch in Deutschland – eine alte Geschichte neu erzählt</p> | <p>22 SIGRID GRAUMANN
Feministische Kritik an Gen- und Repro-techniken damals und heute</p> <p>24 MONIKA FRÄNZNICK
Ungewollt kinderlose Frauen zwischen Versprechungen der Reproduktionsmedizin, Medienhype und persönlicher Situation</p> <p>26 BALI SCHREIBER
Die Bindegewebsmassage nach Elisabeth Dicke (BGM)</p> <p>29 CORNELIA BURGERT
Aktuelles</p> <p>33 MECHTHILD WILKE
Neue Bücher</p> |
|---|---|

Kulmine

Slipereinlagen und Binden aus Peace-Silk oder aus naturfarbener, blutroter und nachtblauer Baumwolle kbA – seit 1993 in Handarbeit am Teutoburger Wald. Sommerlich neu: der Look, die Übersichtlichkeit, Infotexte, Skype-Beratung sowie ein erweitertes Sortiment mit Stillpads und Edeltüchern zur Körper- und Haushaltungspflege. Ausserdem im Shop: Menschwämmchen und Lunette Menskappen.
www.kulmine.de

Auch unter **www.facebook.com/Kulmine**

Petra Sood . Stettiner Str. 5-6 . 49088 Osnabrück
Tel. 0541.18 59 117 . shop@kulmine.de

bewusst natürlich

clio, Jahrgang 39, Nr. 79, November 2014, 1. Auflage, € 4,20

ISSN: 0933-0747

Druck: DRUCKEREI DRESSLER, Berlin
Die clio ist auf umweltfreundlichem Papier gedruckt.

Redaktion: Feministisches Frauen Gesundheits Zentrum e.V.
Bamberger Str. 51, 10777 Berlin
Tel: 030/213 95 97, Fax: 030/214 19 27
E-Mail: ffgzberlin@snafu.de
Internet: www.ffgz.de
www.facebook.com/ffgzberlin

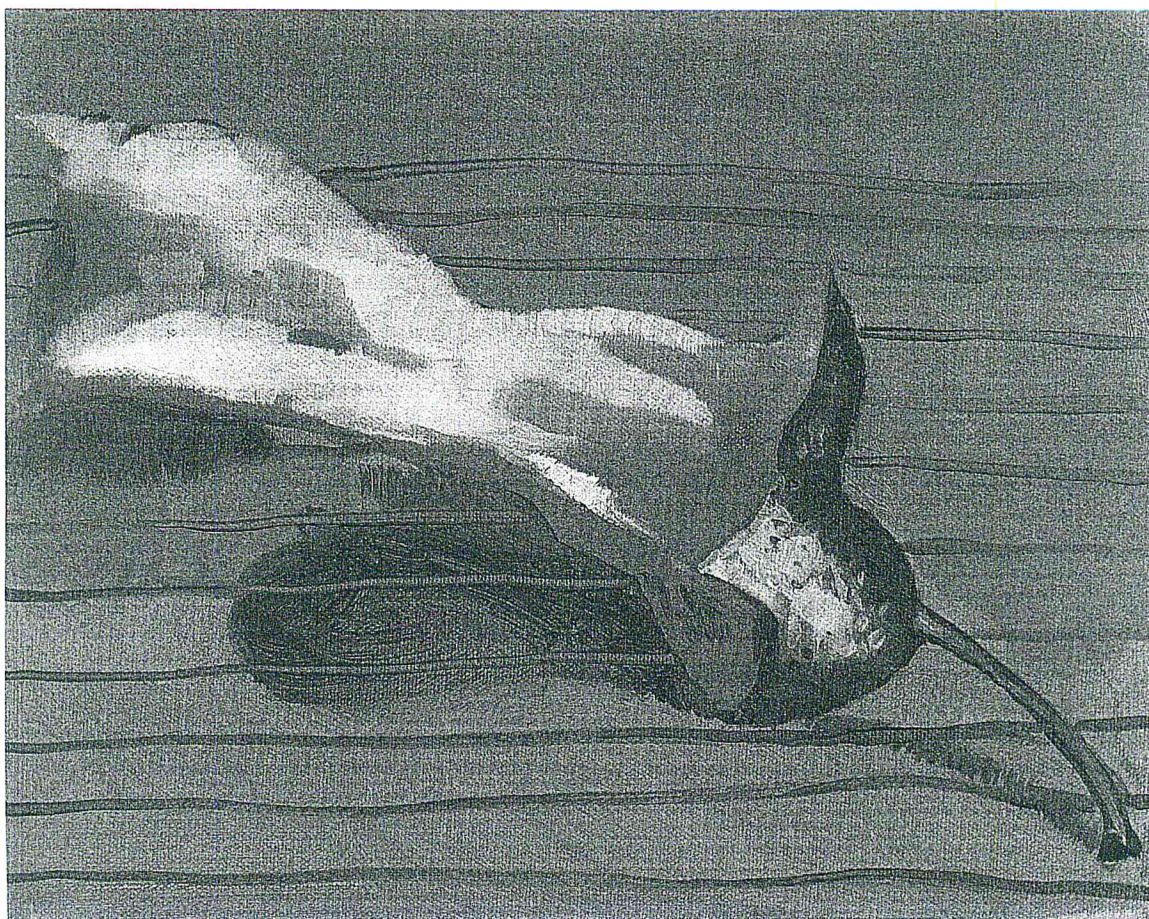
Spendenkonto: Bank für Sozialwirtschaft,
IBAN: DE 27 1002 0500 0003 3614 00
BIC: BFSW DE 33 BER

Presserechtlich Verantwortliche:
PETRA BENTZ, CORNELIA BURGERT

Nachdruck und Vervielfältigung nur mit Genehmigung d. Hrsg. Alle Rechte vorbehalten.

Titelbild: BÄRBEL ROTHHAAR

Gestaltung: KATI MEDEN (www.goyippi.net)



Schön genug

Ist Schönheit ein Himmels Geschenk oder das Ergebnis harter Arbeit? Ist die Schönheitschirurgie Gewalt an Frauen oder ein Mittel zur Demokratisierung, ein Werkzeug für mehr Chancengleichheit? Wo doch den Schönen die Welt gehört: der tolle Job, das große Geld, der wilde Sex. Und wenn dank moderner Medizin und Technik (fast) alles möglich ist, hat nicht jede ein Recht auf Schönheit? Rundumoperation auf Krankenschein? Wer sich entzieht, ist selber schuld?

Alle Tore zur Schönheit stehen uns offen. Haben wir da nicht die Pflicht zur Schönheit? „So was wäre doch heute nicht mehr nötig ...“ In das Bedauern mischt sich Ärger. Ekel. Dankbarkeit, selbst anders auszusehen. Angst, weil das Grauen so nahe ist und wir ihm entgegen welken. Hängelid, Doppelkinn, Orangenhaut, Wabbelpo, schlaffe Brust. Schwester, Skalpelli! Doch nach jedem Eingriff geht das Altern weiter. Gewebe gibt wieder nach. Die Schwerkraft ist unser Schicksal, schwer verkraftbar für manche. Erhebend für jene, die daran verdienen.

10 Sätze zu Schönheit, die Sie wahrscheinlich schon gehört (und vielleicht gesagt) haben:

Schön bleibt schön

Schönheitsideale und Körpernormen sind keine Erfindung der Neuzeit. Auch gesundheitsschädigende Praktiken, um ihnen gerecht zu werden, gab es schon vor Heidi Klum und ihren Topmodels. Beispiele finden sich in vielen Epochen und Kulturen, etwa die Lotosfüße chinesischer Frauen oder geschnürte Taillen wie etwa von Kaiserin Elisabeth von Österreich. Rubens Modelle müssten sich heute Diäten empfehlen lassen. Eine Schauspielerinnen mit Marilyn's Kurven würde derzeit keinen Fuß auf den Red Carpet kriegen. Selbst Barbies Maße werden regelmäßig dem Zeitgeschmack angepasst. In Zeiten materieller Not galten füllige Frauen als schön, in unserer Wohlstandsgesellschaft sollen Frauen möglichst dünn sein. Schönheit ist kein Naturgesetz. Was als schön gilt, ist gesellschaftlich bestimmt und damit Veränderungen unterworfen und veränderbar.

Wer schön ist, hat Erfolg

Unter dem Etikett Attraktivitätsforschung beschäftigen sich WissenschaftlerInnen aus verschiedenen Disziplinen mit dem Thema Schönheit. Es wird geforscht, gemessen und gemorphen. Als Ergebnisse wurden bereits verkündet: Gesund ist schön: Deshalb sind reine Haut und glänzendes Haar gefragt. Fruchtbar ist schön: Volle Lippen signalisieren hohen Östrogenspiegel. Schön ist vertrauenswürdig: Dem gängigen Schönheitsideal entsprechende Frauen und Männer werden vor Gericht öfter freigesprochen.

KritikerInnen merken an, dass die Ergebnisse sich häufig widersprechen. So wirkt Symmetrie angeblich anziehend, weil es ein Zeichen für gute genetische Ausstattung ist – kann aber auch als langweilig wahrgenommen werden. Schwerwiegender ist der Vorwurf, dass Attraktivitätsforschung häufig biologisch ist und gesellschaftliche Ungerechtigkeit rechtfertigt. Die Werbung jedenfalls verknüpft unverdrossen Schönheit mit Erfolg und Glück. Und wer möchte nicht glücklich sein? Es ist keineswegs dumm, schön sein zu wollen. Es ist aber auch kein Erfolgsrezept. (Siehe Frauen sind das schöne Geschlecht.)

Schönheit ist machbar

Wer jung, schlank und fit ist, wird begehrt, geliebt und gut bezahlt. Das hatten wir MediennutzerInnen gelernt und bewunderten die Reichen und Schönen ebenso, wie wir sie beneideten. Doch dann kamen TV-Formate, die versprachen, die Verwandlung eines hässlichen Entleins zum schönen Schwan zu zeigen. Der deutsche Fernsehsender Pro 7 rühmte sich, in *The Swan* Frauen vor laufender Kamera nicht nur Brustimplantate, sondern dazu ein neues Ich zu verpassen. RTL II nennt seine Sendung gleich *Extrem schön! – Endlich ein neues Leben*. Auf der RTL-Website ist zu lesen: „Ein kompetentes Expertenteam aus Ärzten, Psychologen, Fitnesstrainer und Ernährungsberater verhilft den Kandidaten zu ihrem Traumausssehen und zu einem neuen Selbstwertgefühl. Der Preis ist hart: mindestens acht Wochen Trennung von der Familie, mindestens acht Wochen Entbehrungen und Schmerzen. Doch die überschäumende Freude nach den Verwandlungen ist überwältigend.“ (www.rtl2.de/sendung/extrem-schoen-endlich-ein-neues-leben/inhalt)

Wer's nicht schafft, ist selber schuld

Technik und Medizin entwickeln sich ständig weiter. Die moderne Schönheitschirurgie kennt keine blinden Flecken: Straffen, polstern, absaugen, von den Zehen (Verlängerung) bis zu den Haarwurzeln (Implantate). Keine muss mehr mit dem Körper leben, mit dem sie zur Welt gekommen ist. Überhaupt sind wir kein Leib mehr, sondern besitzen einen Körper, der ständig optimiert werden muss. Dieses Projekt fordert Blut, Schweiß und Tränen. Es kostet Kraft, Zeit und Geld. Du schaffst es! Und wenn nicht... bist du selbst schuld. Hast nicht genug investiert, nicht hart genug trainiert. Wer erfolglos bleibt in der schönen neuen Welt, hat versagt. Hinter dieser Logik stehen Personalisierung und Entpolitisierung. Es ist eine große Lüge. Ihre Folgen spüren die Frauen tatsächlich am eigenen Leib.

Schönheit muss leiden

Das Jungschönfit-Ideal lässt wenig Spielraum. Ihm zu entsprechen, ist in Wahrheit kaum möglich, jedenfalls nicht lange. Nur 6 von 10.000 Frauen haben (in ihrer Jugend) die berühmten Maße 90-60-90. Wobei diese Brustweite der Konfektionsgröße 38 entspricht, die Taille der Konfektionsgröße 134 (für ein 8-9 jähriges Kind) und der Hüftumfang der Konfektionsgröße 34 oder der Kindergröße 164/170 (für ein 14-jähriges Mädchen).

Models heute sollen offiziell Konfektionsgröße 36 vorweisen, haben aber oft 34 oder sogar 32 bei einer Körpergröße zwischen 1,75 und 1,80 Meter.

Die Castingshow *Next Topmodel* ist besonders bei jungen Mädchen beliebt. Untersuchungen wie die HBSC-Studie zum Gesundheitsverhalten von Schulkindern offenbaren einen deutlichen Pubertätsknick: Die Lebenszufriedenheit der Mädchen nimmt zwischen 11 und 15 extrem ab. Und zwar viel stärker als jene der Burschen. Die Pubertät ist eine Zeit der Suche und Unsicherheit. Mädchen erkennen früh, dass sie als Körper wahrgenommen und beurteilt werden. Viele berichten von ihrer Angst, nicht zu entsprechen. In Schul-Workshops des Grazer Frauengesundheitszentrums gibt durchschnittlich nur eines von fünfzehn Mädchen an, mit seinem Aussehen zufrieden zu sein. Fast alle haben schon Diäten ausprobiert, auch die Schlanken. Und immer mehr Mädchen sehen in Schönheitsoperationen eine Lösung ihrer Probleme.

Was zählt, ist die innere Schönheit

Laut PR-Texten sogenannter Beauty-Kliniken ist es die innere, individuelle Schönheit einer Frau, die es chirurgisch ans Tageslicht zu bringen gilt. Der Begriff „ästhetische Chirurgie“ war bisher in Österreich nicht geschützt. Das Geschäft mit der Schönheit führt zu Diskussionen zwischen den Interessensvertretungen verschiedener medizinischer Fachrichtungen, etwa plastischer Chirurgie, Dermatologie und Gynäkologie. Verbindend wirkt die Abgrenzung von „ausländischen Billiganbietern“. Alle betonen gleichermaßen, es gehe um „die Sicherheit der Patienten“ (die zu rund 90 Prozent Patientinnen, eigentlich Klientinnen sind). Die Auseinandersetzung wird nicht zuletzt über die Medien ausgetragen. Für die Inseratenabteilungen sind alle ÄrztInnen gleich kostbar. Dafür gibt es dann auch immer wieder doppelseitige Homestorys über „unsere Beauty-docs“. In diesen Beiträgen ist zu lesen, dass zunehmend mehr Frauen und Männer sich aus kosmetischen Gründen operieren lassen würden. Heftig wird der Trend zur Selbstoptimierung beschworen. (Vielleicht geht es ja weniger um das schöne Ergebnis, als um die Arbeit an der eigenen Erscheinung, dem Einsatz dafür, der Normalität zu entsprechen.) Doch es ist eine Scheinnormalität, die hier konstruiert wird. Tatsächlich existieren kaum verlässliche Daten, der Graubereich ist groß. Selbst SchönheitschirurgInnen zweifeln daran, dass die Zahl der Eingriffe permanent steigt. Umso erbitterter wird in Zukunft der Kampf um (potenzielle) Klientinnen ausfallen.

Gesetzliche Regelungen für den Schutz Minderjähriger und bezüglich Werbung für Schönheitsoperationen – etwa mittels Gewinnspielen und Aktionsangeboten, die zu rascher Entscheidung drängen – waren daher dringend nötig. Seit 2013 sind sie in Österreich durch das *Bundesgesetz über die Durchführung von ästhetischen Behandlungen und Operationen* fixiert. Kritik kommt von verschiedenen Seiten: Frauengesundheitszentren hätten sich ein völliges Verbot von Schönheitsoperationen an Minderjährigen gewünscht – zum Schutz der Jugendlichen, aber auch zur Stärkung der Eltern. Von AnbieterInnenseite hingegen wird Wettbewerbsverzerrung beklagt. Die „Patienten“ würden ins billigere Ausland ausweichen und damit in Gefahr geraten. Die neue Bestimmung, dass zwischen Aufklärung und Beratung und der Einwilligung in die Operation zumindest vier Wochen vergehen müssen, kommentierte ein prominenter österreichischer Schönheitschirurg bei einer Podiumsdiskussion mit den emotionalen Worten: „Ein Wahnsinn, da springen uns ja alle ab!“

Das tu ich nur für mich

Schönheitsoperationen geht meist ein langer Entscheidungsprozess voraus. Die Frauen betonen häufig, die Operation wäre alleine ihr Wunsch, niemand hätte sie gedrängt. Bei Podiumsdiskussionen zum Thema Schönheit entsteht meist eine Diskussion zwischen Frauen im Publikum: Während die einen gesetzliche Regelungen gegen das Geschäft mit der Schönheit fordern, pochen die anderen auf ihr Recht auf Selbstbestimmung. Es sind Argumente der Frauen(gesundheits)bewegung, die die Auseinandersetzung prägen. „Our bodies ourselves“ und „Mein Bauch gehört mir!“, hieß es in den 1970er Jahren. Gilt dann nicht auch „Meine Brüste gehören mir – und ich lasse sie mir vergrößern, wie und wann ich möchte“? Tatsache ist: Der Grat zwischen Schutz und Bevormundung ist schmal. Tatsache ist aber auch: In den Marketingabteilungen freut man sich über Glaubwürdigkeit und Schlagkraft des Begriffs Selbstbestimmung. Pharmafirmen benutzen ihn, wenn es darum geht, dass PatientInnen neue, teurere, aber nicht unbedingt bessere Medikamente von ihren ÄrztInnen verlangen sollen. Anbieter von Schönheitsoperationen polieren damit ihr Image als Helden der Frauen, die ihren „Patienten“ schlicht zu mehr Selbstvertrauen verhelfen wollen.

Eine Ohrfeige für den Verbraucher

Der Druck, dem aktuellen Schönheitsideal zu entsprechen, lässt sich nicht wegreden. Als soziale Wesen sind wir alle in ein sozio-kulturelles Gefüge eingebettet mit bestimmten Bräuchen, Normen und kollektiv wirksamen Bildern. Sich zu entziehen ist nur bedingt möglich. Zumal wir eine nie dagewesene Vervielfachung durch die Massenmedien erleben. Zahlreiche Untersuchungen beschäftigen sich mit dem Einfluss von Medien, unter anderem die Fidji-Studie (1995–1998): Sie zeigt, dass nach Einführung des US-Fernsehens auf den südpazifischen Inseln innerhalb von drei Jahren die Zahl von Mädchen mit Bulimie um 15 Prozent gestiegen ist.

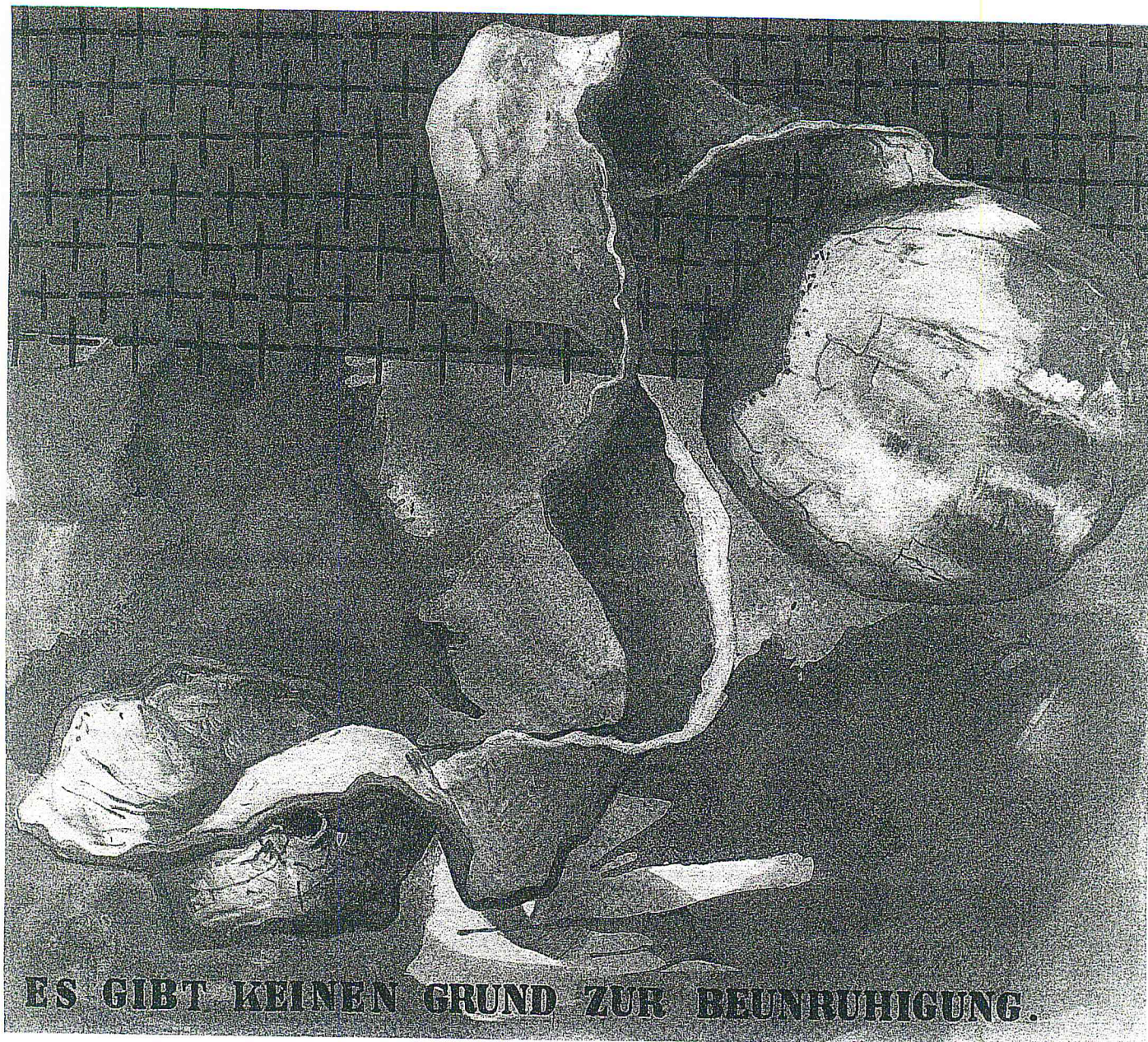
Nicht nur am Bildschirm, auch in Zeitschriften und auf Werbeplakaten sehen wir täglich, wie Frauen sein sollen: perfekt! Lange Zeit erschienen Fotomodels dank Make-up, vorteilhaftem Licht und dem Können der FotografInnen schön. Seit in den Grafikabteilungen das Bildbearbeitungsprogramm Photoshop zum Einsatz kommt, sind sie überirdisch makellos. Keine Falte, keine Pore, ideale Linien und Farben. 2.000 bis 5.000 retuschierte Fotos von Frauen sehen wir wöchentlich in den Medien, schreibt die englische Psychotherapeutin, Autorin und Aktivistin Susie Orbach in ihrem Buch *Bodies*. In England musste ein Werbesujet von L’Oreal mit einer extrem geschönten Julia Roberts auf Weisung der britischen Werbeaufsicht ASA vom Markt genommen werden. Der Sprecher des deutschen Werberats kommentierte, das Verbot käme einer „Ohrfeige für den Verbraucher“ gleich. Deutsche Werberinnen antworteten: „Danke, England, für die Inspiration!“ Inspiriert fühlen sich auch österreichische Politikerinnen. Im Gespräch ist eine Kennzeichnung von manipulierten Werbebildern nach dem Ampelsystem.

Frauen sind das schöne Geschlecht

Nun gelten Frauen schon so lange als die schönere Hälfte der Menschheit. Wenn Schönheit tatsächlich mit Erfolg verknüpft ist... läuft irgendetwas falsch. Immer noch verdienen Frauen deutlich weniger als Männer, müssen häufiger prekäre Arbeitsverhältnisse in Kauf nehmen, sind Mehrfachbelastungen ausgesetzt und haben geringere Chancen auf ein Leben in Gesundheit und ohne Gewalterfahrungen. Zeit, die Strategie zu ändern!

„Frauen sind das schöne Geschlecht.“ Es klingt nach einem Kompliment. Tatsächlich ist es ein Auftrag, eine Mission Impossible, die Frauen beschäftigt und damit klein hält. Der Begriff *Schönheitsmythos* stammt von der amerikanischen Autorin Naomi Wolf. Er schreibt nicht etwa eine äußere Qualität vor, sondern Verhaltensmuster. Es geht also nicht wirklich darum, wie Frauen aussehen, sondern was sie tun und lassen (sollen). Der Schönheitsmythos, so Wolf, ersetzt religiöse Gebote und repressive Gesetze, etwa die Jungfräulichkeit der Braut oder das Verbot für Frauen, bestimmte Berufe auszuüben. Damit wirkt der Schönheitsmythos als modernes Instrument der sozialen Kontrolle und als politische Waffe. Er bändigt Frauen, denen eigentlich alle Wege offen stehen würden, indem er ihnen Selbstbewusstsein, Kraft, Zeit und Aufmerksamkeit raubt.

Dies funktioniert nicht zuletzt, weil Frauen vielfach immer noch von klein auf lernen, dass andere Frauen ihre Konkurrentinnen sind und damit Solidarität verhindert wird. Schwerwiegender aber ist die Verknüpfung mit wirtschaftlichen Interessen. Schönheit ist ein enormer Markt. An Frauen, die sich unsicher und mangelhaft fühlen, verdienen unter anderem Bekleidungs-, Kosmetik-, Diät-, Fitness- und Wellnessbranche, Medien und Werbeagenturen sowie zunehmend ÄrztInnen.



ES GIBT KEINEN GRUND ZUR BEUNRUHIGUNG.

(N)immer schön still halten

Entscheidend ist, wie viel Macht ich denen gebe, für die ich aus Mängeln und Problemzonen bestehe – gegen die sie ein Mittelchen oder Messerchen haben. Oder ob ich mich an jenen orientiere, die sich selbst so sorgsam lieben, dass sie nicht an sich herumschneiden lassen. Es geht um Achtung und Achtsamkeit, um sein lassen und gelassen sein.

Stärkend ist, dass weltweit Kampagnen gegen krankmachende Schönheitsnormen starten. Und dass es viele Frauen gibt, die

- in der Früh ihrem Spiegelbild zulächeln, jedenfalls meistens
- sich entscheiden, ihr Geld nicht jenen zu geben, die an ihrer Unsicherheit verdienen wollen
- es schlicht für unverschämt halten, ständig mit photogeshoppten Modells auf den Werbeplakaten verglichen zu werden (diese Plakatwände sind die wahren Problemzonen!)
- sich dafür einsetzen, dass ihre jüngeren Freundinnen, Töchter, Enkelinnen frei leben können, ohne die elende Angst,

nicht zu genügen, nie zu genügen

- nicht länger schön still halten!

Denn es geht nicht um Machbarkeit, sondern um Macht. Um Macht über Frauen und Mädchen, ihre Leben, ihr Geld, ihre Gesundheit. Deshalb darf das Geschäft mit der Schönheit nicht den Gesetzen des Marktes überlassen werden. Deshalb sind gesundheitspolitische Regelungen wichtig. Das Thema Schönheit ist hochpolitisch!

DR. IN FELICE GALLÉ

Sie ist Kommunikationswissenschaftlerin und Pressesprecherin des Frauengesundheitszentrum Graz, www.frauengesundheit.eu

Quellen und Literatur bei der Verfasserin

Unique! Vierminütiger Animationsfilm des FGZ Graz, gibt Impulse zum Thema Schönheitsoperationen, ist zum Einsatz in Schulen und Mädchengruppen gedacht. Ulla Klopff, Frauengesundheitszentrum, Graz, DOKU Graz, www.youtube.com/watch?v=1ZMug9vgxp