



© ABCreative/shutterstock.com

Social Media verstärken den Wunsch nach einem veränderten Aussehen

Wunderschöne Menschen mit schlanken Körpern und makelloser Haut. All das strahlt einem entgegen, sobald man Instagram, Facebook und Co. öffnet. Die tägliche Konfrontation mit solchen unrealistischen Bildern tut nicht gut.

Das bestätigt auch die Deutsche Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie (DGÄPC), welche vom September 2020 bis zum Juni 2021 insgesamt 1.432 Patienten befragte, darunter 86% Frauen und 11% Männer. In der jährlich durchgeführten Erhebung wird nicht nur die Häufigkeit der unterschiedlichen ästhetisch-plastischen Eingriffe untersucht, sondern auch nach der Motivation dahinter gefragt.

Menschen, die sich einer Schönheitsoperation unterziehen „gehen nicht leichtsinnig mit ihrem Körper und der Entscheidung um“, erklärt Dr. Harald Kaisers, Präsident der DGÄPC. „Die Mehrheit setzt sich seit Längerem mit dem von ihr empfundenen Makel auseinander.“

Gerade diese empfundenen Makel, so unterstreichen die Befragungsergebnisse, stellen das Hauptmotiv für einen ästhetisch-plastischen Eingriff dar. So gab mehr als die Hälfte der Teilnehmenden (57,5%) an, sich gerade deswegen unters Messer zu legen. Weitere Motive waren die Hoffnung, das Selbstwertgefühl zu verbessern (37,9%) und dem eigenen Schönheitsideal näher zu kommen (21,7%). Nur 12,1% gaben gesundheitliche Beweggründe an.

Aber woher stammt der Wunsch, sein Aussehen verändern zu wollen? Fast die Hälfte (45,1%) gibt an, dass der Blick in den

Spiegel den Veränderungswunsch auslöst. Außerdem wird der Wunsch nach Veränderung befeuert durch die Selbstbeachtung auf Foto- und Videoaufnahmen (20,6%) sowie durch persönliche Einschränkungen in Kleiderwahl, Berufswahl und Freizeitaktivitäten (14,6%). Doch auch der Vergleich mit vermeintlich perfekten Menschen in den sozialen Medien spielt eine zunehmend große Rolle. Noch in der Vorjahresbefragung gaben 2,3% der Teilnehmenden den Einfluss von Social Media als Grund für ihren Veränderungswunsch an. Jetzt waren es mit 4,0% schon fast doppelt so viele. Betroffen sind vor allem Frauen unter 20 Jahren. Kein einziger Mann gab den Vergleich in den sozialen Medien als Grund für den Wunsch nach einer äußerlichen Veränderung an. An dieser Stelle ist jedoch zu beachten, dass im Rahmen der Studie deutlich weniger Männer als Frauen befragt wurden. „Damit Patientinnen und Patienten nicht dem Druck ausgesetzt sind, einem unrealistischen Schönheitsideal entsprechen zu wollen, sollten inszenierte und optimierte Bilder immer als solche gekennzeichnet sein“, sagt Dr. Alexander Hilpert, Vorstandsmitglied der DGÄPC. Das wäre sicherlich ein erster Schritt in die richtige Richtung. (jr)

