

Größe zeigen

Influencer bekommen für ihre Bäuche Applaus. Auf den Laufstegen werden kurvige Models gefeiert. Aber gilt das auch für Übergewichtige auf der Straße?

VON SUSANNE GRAUTMANN

W er es auf das Cover der US-„Vogue“ schafft, der ist im Schönheitsolymp angekommen. Das Titelbild des berühmtesten aller Modemagazine: Mehr geht nicht. Im Januar dieses Jahres hat sich dieser Traum für Paloma Elsesser erfüllt. Die 28-Jährige ist eines der derzeit erfolgreichsten Models – und trägt Kleidergröße 44. Noch nie zuvor hat die „Vogue“ mit einem Schwarzen Model jenseits der Mustergröße aufgemacht.

Auch kurvige Musikerinnen wie Beth Ditto oder Lizzo werden seit einiger Zeit als Stilikon gezeichnet, Frauenzeitschriften feiern die Body Positivity fast so oft wie neue Diäten. In Berlin hat der Rowohl-Verlag gerade gefühlt jeden dritten Stromkasten mit dem Cover von Melodie Michelbergers Buch „Body Politics“ plakatiert. Von dem Titel lacht die Autorin und Body-Positivity-Aktivistin in einem hautengen, bunten Kleid. Die Botschaft: Wir dürfen uns in unseren Körpern wohlfühlen, unabhängig davon, ob unsere Maße der gängigen Schönheitsnorm entsprechen. Aber hat sich dadurch auch der Blick auf die Dicken jenseits von Laufsteg und Hochglanzcover verändert?

Ruth, lange Haare, 49 Jahre alt, aufgewachsen in Kleve, aber seit vielen Jahren Kreuzbergerin, hadert seit der Pubertät mit ihrem Gewicht. Sie erinnert sich an ihren ersten Besuch in einem Übergrößen-Geschäft: Da huschte sie in eine Essener Filiale von Ulla Popken. Danach hat sie sich lange an H&M, Zara & Co geklammert, die eigene Kollektionen für große Größen führen. Am Ende hat sie dort aber meistens nur eins gefunden: Frust.

Die großen Modeketten haben zu wenig Schnitte und Stoffe für die verschiedenen Körperformen im Angebot, findet sie. „Eigentlich ist das nur für den Typ kurvige Frau mit Sanduhrfigur gemacht.“ Also für Frauen, die große Brüste, einen runden Po, aber eine schmale Taille haben. Hat aber nicht jede. Seit sie Anfang 30 ist, kauft Ruth fast alles bei Spezialisten, entweder in der Kreuzberger Boutique „Allet rund“ oder beim Onlinehändler Navabi.

Wenn Ruth über ihren Körper spricht, benutzt sie bewusst das Adjektiv „dick“, besonders im Umgang mit ihren beiden Söhnen: „Sie sollen merken, dass das nichts ist, wofür ich mich schäme.“ Aber auch ihr gelingt es nicht immer, sich freizumachen von den medial vermittelten Schönheitsidealen. Es gibt die Momente, in denen sie mit ihrem Körper hadert. Ein Klassiker: der Hosenkauf. „Das macht keinen Spaß. Sobald ich in der Kabine stehe, melden sich Pofrust, Oberschenkelfrust und Bauchfrust.“

Was hält sie von dem Diskurs um Body Positivity, verändert der den Blick auf den eigenen Körper, verhilft er ihr zu mehr Selbstliebe?

„Ich finde cool, dass es das gibt, aber ich erkenne mich nicht wieder in den Frauen, die das Bild von Body Positivity prägen.“ Die Gallionsfiguren der Bewegung seien oft im vorteilhaftesten Sinne kurvig, hätten wunderschöne Gesichter, aufwendige Frisuren, seien perfekt gestylt. So läuft sie eher nicht durch ihren Alltag. Trotzdem findet sie es gut, dass überhaupt mehr Diversität in der Mode und bei den Schönheitsidealen sichtbar wird und man stolze, selbstbewusste dicke Frauen sieht. Zu Teenagerzeiten hätte es ihr bestimmt geholfen, mehr Role Models zu haben, meint sie.

„Für die meisten Frauen, die große Größen tragen, ist es noch immer ein langer Weg, bis sie ihren Körper akzeptieren und sich darin wohlfühlen“, sagt auch Julia Chevalley, eine der Gründerinnen von Les Soeurs Shop, einem Concept Store für Plus-Size-Mode in Berlin. Viele ihrer Kundinnen müssten sich jeden Tag aufs Neue ein positives Selbstbild erkämpfen,

Dafür ist dein Hintern zu dick, hörte sie von ihrer Mutter. Da war sie gerade sieben

weil die Abwertung von fülligen Körpern so tief in unserem kollektiven Bewusstsein verankert sei. Chevalley glaubt jedoch, dass langsam etwas in Bewegung kommt. „Das Thema ist medial ziemlich präsent, dadurch ergibt sich eine erhöhte Sichtbarkeit von Körpern, die anders aussehen, als es das gängige Schönheitsideal will. Darüber erfolgt auch eine stärkere Enttabuisierung von Dicksein.“

Das Thema betrifft nicht nur eine Minderheit: 2017 waren in Deutschland laut Statistischem Bundesamt etwas mehr als 50 Prozent der Erwachsenen übergewichtig, was unter anderem die Anfälligkeit für Stoffwechselerkrankungen und Arthrosen erhöht. Das sind knapp acht Prozent mehr als noch 20 Jahre zuvor. Männer sind davon stärker betroffen als Frauen. Bisher richtet sich der Body-Positivity-Diskurs vor allem an Frauen. Dabei steigt der Druck, möglichst trainiert und athletisch auszusehen, auch für Männer.

Für Achim, 42, aus Prenzlauer Berg, ist sein Körpergewicht seit seiner Jugend Thema. „Ich bin dick“, „du bist dick“,

diese Sätze seien eigentlich schon immer in seinem Kopf gewesen, erzählt er. „Da entwickelt man natürlich kein befreites Körpergefühl.“ Irgendwann habe sich das allerdings verschoben, weil es für Männer ab einem gewissen Alter eine neue Kategorie gebe: die des stattlichen Mannes. „Man verkörpert dann den bärtigen Typen, der auch fünf Schnitzel essen und acht Bier trinken kann.“

Seine Kleidung kauft er oft bei Hirmer, einem Spezialisten für Übergrößen, wo genau dieses Narrativ auch bedient wird. „Da gibt es zwar mehr Auswahl als in den regulären Geschäften, aber der Stil ist doch eher altherrenmäßig.“ Dunkle Farben, unauffällige Designs. „Manchmal frage ich mich, ob die Hersteller denken, Dicke könnten auch Kartoffelsäcke tragen, weil es sowieso egal ist.“

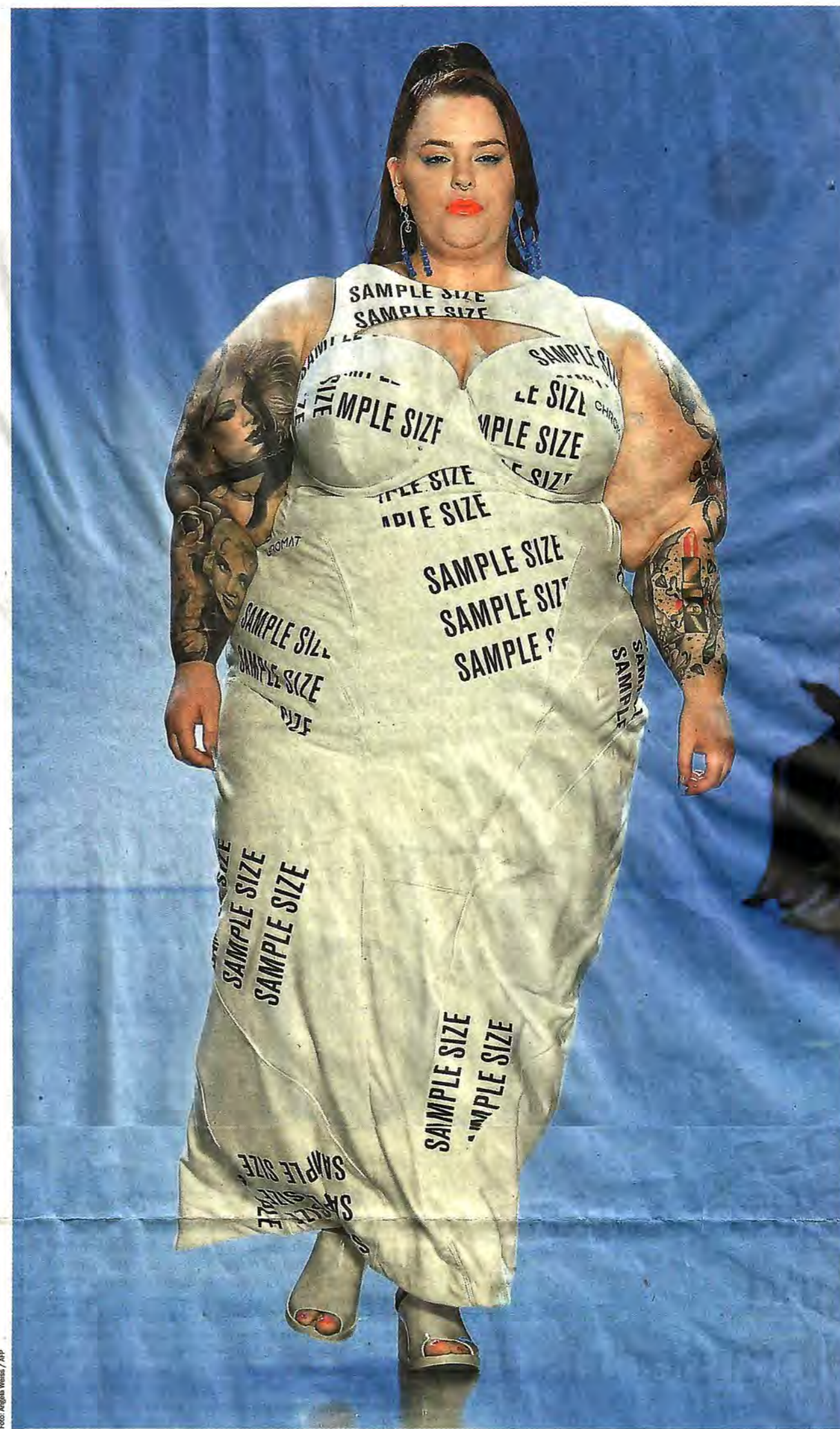
Die Wiener Kulturwissenschaftlerin Elisabeth Lechner jedoch, deren Buch „Riot, Don't Diet“ im April erscheint, betont: „Schönheit ist kein oberflächliches Thema.“ Im Kern gehe es dabei weder um Dresscodes noch um Idealmaße, sondern um Macht. Wer der existierenden Definition von Schönheit nicht entspreche, werde häufig abgewertet, verlacht, beschämt.

Für viele Übergewichtige ist Fatshaming Teil ihres Alltags, besonders über die sozialen Medien werden sie mit Hasskommentaren bombardiert: „Du fette Schlampe“, „du dickes Schwein!“ Auf der Straße werden sie taxiert. Wehe, es wagt einer, mal ein Stück Sahnetorte im Café zu bestellen: Da werfen die Gäste am Nachbartisch einander gleich spöttische Blicke zu.

Dass ihnen Ablehnung entgegenschlägt, erleben Übergewichtige von klein auf. Sogar Eltern schämen sich für ihre korpulenten Kinder. Melodie Michelberger erzählt in „Body Politics“, wie ihre Mutter ihr ihren Traumrock ausredete, weil dessen Volants aufragen würden: „Dafür ist dein Hintern zu dick!“ Da war Michelberger sieben Jahre alt.

Solche Erfahrungen prägen den Blick auf den eigenen Körper oft für Jahrzehnte. Menschen mit starkem Übergewicht sehen sich oft selbst als hässlich und schämen sich. Studien belegen, dass die Diskriminierung so massiv ist, dass manche Betroffene sogar Depressionen und chronische Stresssymptome entwickeln.

Weil sie dick sind, werden Übergewichtigen auch charakterliche Eigenschaften pauschal zugeschrieben: Sie gelten als gemühtlich und gutmütig oder als willensschwach, undiszipliniert, träge. In Büchern oder Filmen verkörpern sie oft den Sidekick der Hauptfigur: die loyale Freundin, den lustigen Kumpel oder den klugen Nerd. Nur die Held:innen so gut wie nie. Melodie Michelberger schreibt, sie würde sich mal eine dicke Disney-Prinzessin wünschen.



XXXL.
Ein Model auf der New Yorker Fashion Week im Jahr 2019.

Zunehmend kommt Kritik nicht nur von ästhetischer, sondern auch von moralischer Seite: Übergewichtige gelten wie Raucher als Problembürger, die die Kosten für das Gesundheitssystem in die Höhe treiben. Auch in der Schule, im Beruf und auf dem Partnermarkt werden Übergewichtige benachteiligt, zeigt die Stigmaforschung.

Ändert das Konzept der Body Positivity daran etwas? Kulturwissenschaftlerin Lechner weist darauf hin, dass man zwischen den Ursprüngen des Ansatzes und seiner heute oft verwässerten Form unterscheiden müsse. Ursprünglich sei das

Konzept radikal kämpferisch gewesen: „In der Fat-Acceptance-Bewegung, die ihren Ursprung in den 1960er und 70er Jahren in den USA hat, ging es darum, Dickenhass zu thematisieren und die strukturelle Diskriminierung zu überwinden.“

Inzwischen würde man bei Body Positivity aber vor allem an Selbstliebe denken. „In den Medien und in der Werbung werden zu dem Thema vor allem hübsche und top gestylte Frauen mit Kurven in Szene gesetzt.“ Oder Frauen, die 38 tragen und als „curvy“ einsortiert werden. So wie es bei der Kandidatin Johanna in der 15. Staffel von „Germany's

Next Top Model“ im Jahr 2020 der Fall war. Gerade solche Bilder könnten den Druck aber sogar erhöhen, weil dadurch nur wieder neue Schönheitsstandards gesetzt würden und dauernde Selbstliebe zur Maxime erhoben werde.

Die Body-Neutrality-Bewegung setzt deswegen anders an: Sie will die Fokussierung auf den Körper grundsätzlich überwinden. Eine Vorreiterin ist Sängerin Billie Eilish, die angibt, sie trage nur weite Kleidung, damit niemand ihren Körper beurteilen könne. Sie will, dass die Leute sich auf ihre Musik und Äußerungen konzentrieren – und nicht auf ihre Figur.