

Normschön. Mädchen - und Frauenkörper unter Druck

Kristina Hametner
Frauengesundheit Wien

WIENER PROGRAMM 
FÜR FRAUENGESUNDHEIT

**Stadt
Wien**

Strategische
Gesundheitsversorgung



Wiener Programm für Frauengesundheit: Wie arbeiten wir?

- Gute Gesundheitsinformation (Broschüren, Online-Infos, Videos,...)
- =>Health Literacy ... insbesondere Frauengesundheit
- Prozesse initiieren, um Strukturen zu verändern/verbessern
- Lobbying für Frauengesundheit
- Lobbying für Health in All Policies-Ansatz
- Konferenzen, Veranstaltungen für Gesundheitspersonal, Multiplikator*innen, Expert*innen, ...
- Netzwerktreffen etablieren
- Weiterbildungen für Gesundheitspersonal
- Öffentlichkeitsarbeit (Newsletter, Vorträge,...)
- Drehscheibe zur Stadtpolitik

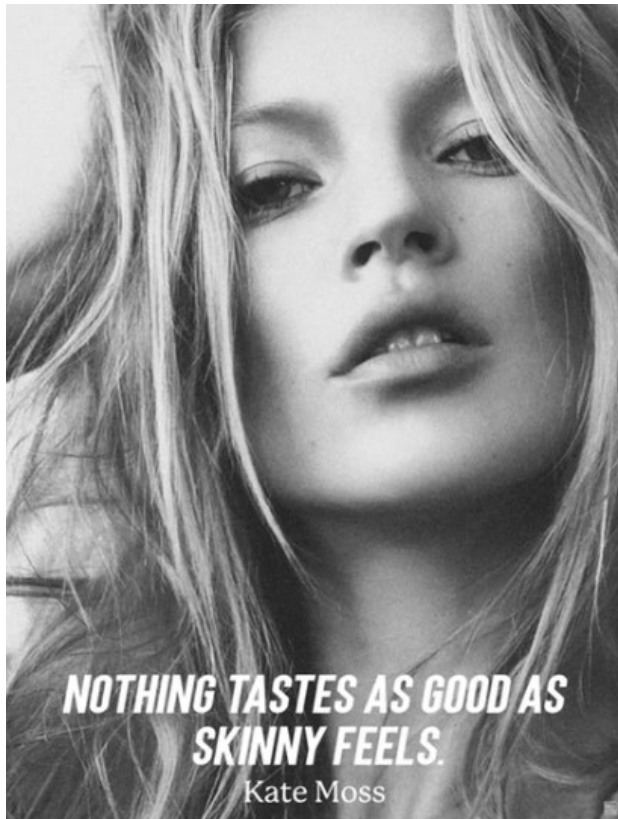


Frauenkörper



SkinnyTok auf TikTok

„Dein Magen knurrt nicht, er applaudiert dir“



Wissenschaftlicher Beweis des Medieneinflusses

- Fiji-Studie (Harvard Medical School 1998) ¹

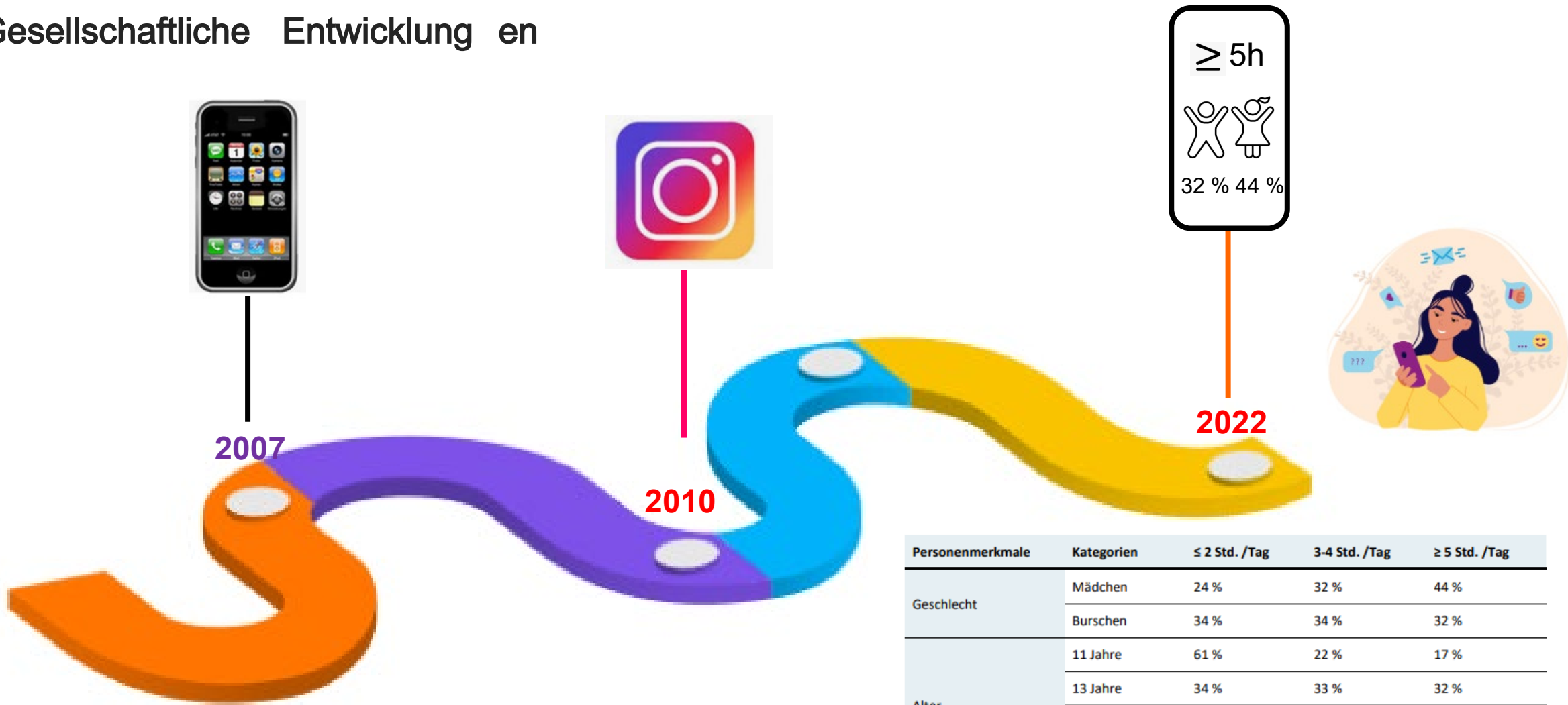


1. Auftreten von Magersucht nach Einführung von Satellitenfernsehen auf den entlegenen Fidschi-Inseln.

„Wir sind **wöchentlich** zwischen **2.000 und 5.000 Bildern** von **idealisierten Körpern** ausgesetzt, die **digital manipuliert** wurden“

Susie Orbach
„Bodies“, 2009, p. 89,

Gesellschaftliche Entwicklung en

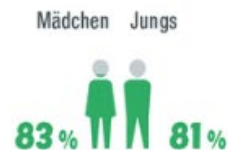
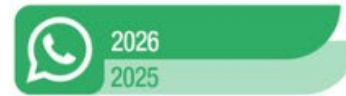


Personenmerkmale	Kategorien	≤ 2 Std. /Tag	3-4 Std. /Tag	≥ 5 Std. /Tag
Geschlecht	Mädchen	24 %	32 %	44 %
	Burschen	34 %	34 %	32 %
Alter	11 Jahre	61 %	22 %	17 %
	13 Jahre	34 %	33 %	32 %
	15 Jahre	18 %	35 %	47 %
	17 Jahre	13 %	37 %	51 %
Migrationshintergrund	ja	21 %	29 %	50 %
	nein	31 %	34 %	35 %

Jugend-Internet-Monitor 2026 Österreich

Saferinternet.at
Das Internet sicher nutzen!

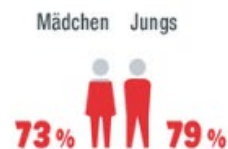
WhatsApp



Messenger für Nachrichten, Bilder, Videos, Standortübermittlung, Gruppenchats, Videotelefonie und Status



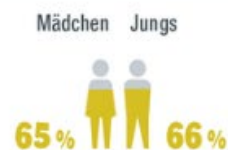
YouTube



Plattform für Videos, Shorts, Livestreams und als Suchmaschine



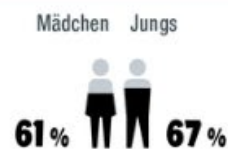
Snapchat



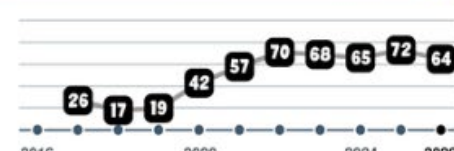
Messenger für Einmalnachrichten, Videos, Streaks als Freundschaftsbeweis, Snapmap



TikTok



Plattform für Kurzvideos, Trends, Challenges, Livestreams und als Suchmaschine



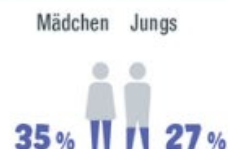
Instagram



Plattform für Fotos, Videos, Stories, Reels, Lives und inszenierte Bilderwelten



Microsoft Teams



Netzwerk für schulbezogene Inhalte und Onlinegruppen



Weitere Plattformen

Pinterest



Roblox



Discord



Twitch



Facebook



Signal



Reddit



X (Twitter)



Der Jugend-Internet-Monitor ist eine Initiative von Saferinternet.at und präsentiert aktuelle Daten zur Social-Media-Nutzung von Jugendlichen in Österreich. Frage: „Welche der folgenden Internetplattformen nutzt du?“ (Mehrfachantworten möglich) / Repräsentative Onlineumfrage im Auftrag von Saferinternet.at, durchgeführt vom Institut für Jugendkulturforschung, 10/11 2025. n = 500 Jugendliche aus Österreich im Alter von 11 bis 17 Jahren, davon 245 Mädchen. Schwankungsbreite 2,7-4,5%. / Diese Infografik ist lizenziert unter der CC-Lizenz Namensnennung - Nicht kommerziell (CC BY-NC). Die alleinige Verantwortung für diese Veröffentlichung liegt beim Autor. Die Europäische Union haftet nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen. Dieses Projekt wird aus Mitteln der FFG gefördert. www.ffg.at



Körperbild und soziale Medien

Meta -Studie „The social media diet“ (Alexandra Dane, Komal Bhatia, Institut for Global Health, London, 2023)
zum Zusammenhang Soziale Medien, Körperbild, Essstörungen bei Menschen zwischen 10 und 24 Jahren
Daten aus 50 Studien in 17 Ländern:

- Nutzung sozialer Medien führt zu Problemen mit dem Körperbild, Essstörungen bzw. gestörtem Essverhalten und schlechter psychischer Gesundheit.
- Dies geschieht über vermittelnde Mechanismen wie sozialer Vergleich, die Verinnerlichung von Schlankheits - bzw. Fitnessidealen und Selbstobjektivierung.
- Bestimmte Einflussfaktoren – wie Trends in sozialen Medien, pro -essstörungsbezogene Inhalte, auf das Aussehen fokussierte Plattformen, hoher Aufwand in die Bearbeitung oder Präsentation von Fotos – sowie bestimmte Verstärkungsfaktoren (z. B. hoher BMI, weibliches Geschlecht und bereits bestehende Körperbildprobleme) verstärken diesen Zusammenhang.
- Andere Faktoren (wie eine hohe Medienkompetenz im Umgang mit sozialen Medien und eine positive Körperwahrnehmung) wirken hingegen schützend – was auf einen sich selbst verstärkenden Risikokreislauf hinweist.

<https://journals.plos.org/globalpublichealth/article?id=10.1371/journal.pgph.0001091>

„# ForYou ? The impact of pro -ana TikTok content on body image dissatisfaction and internalisation of societal beauty standards (Madison R. Blackburn,Rachel C. Hogg, 2024)

In der australischen Studie wurden 900 Teilnehmerinnen im Alter von 16 bis 24 Jahren befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass bereits **sieben bis acht Minuten** des Betrachtens von Videos, die extrem schlanke Körper und ungesunde Diät - Tipps zeigen, das Selbstbild negativ beeinflussen und das Risiko für Essstörungen erhöhen.

<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0307597>

Skinny im Netz

Does TikTok contribute to eating disorders? A comparison of the TikTok algorithms belonging to individuals with eating disorders versus healthy controls (Scott Griffiths, Emily A. Harris, Grace Whitehead, Felicity Angelopoulos, Ben Stone, Wesley Grey, Simon Dennis, Melbourne, 2024)

Algorithmen für Nutzer*innen mit Essstörungen (EDs) lieferten:

- 4.343 % mehr toxische ED-Videos
- 335 % mehr Diät-Videos
- 142 % mehr Fitness-Videos

Algorithmische Verzerrung :

- Je schwerer die Essstörung, desto **mehr problematische Inhalte** zeigte der Algorithmus.

Verhalten im Vergleich zur Kontrollgruppe :

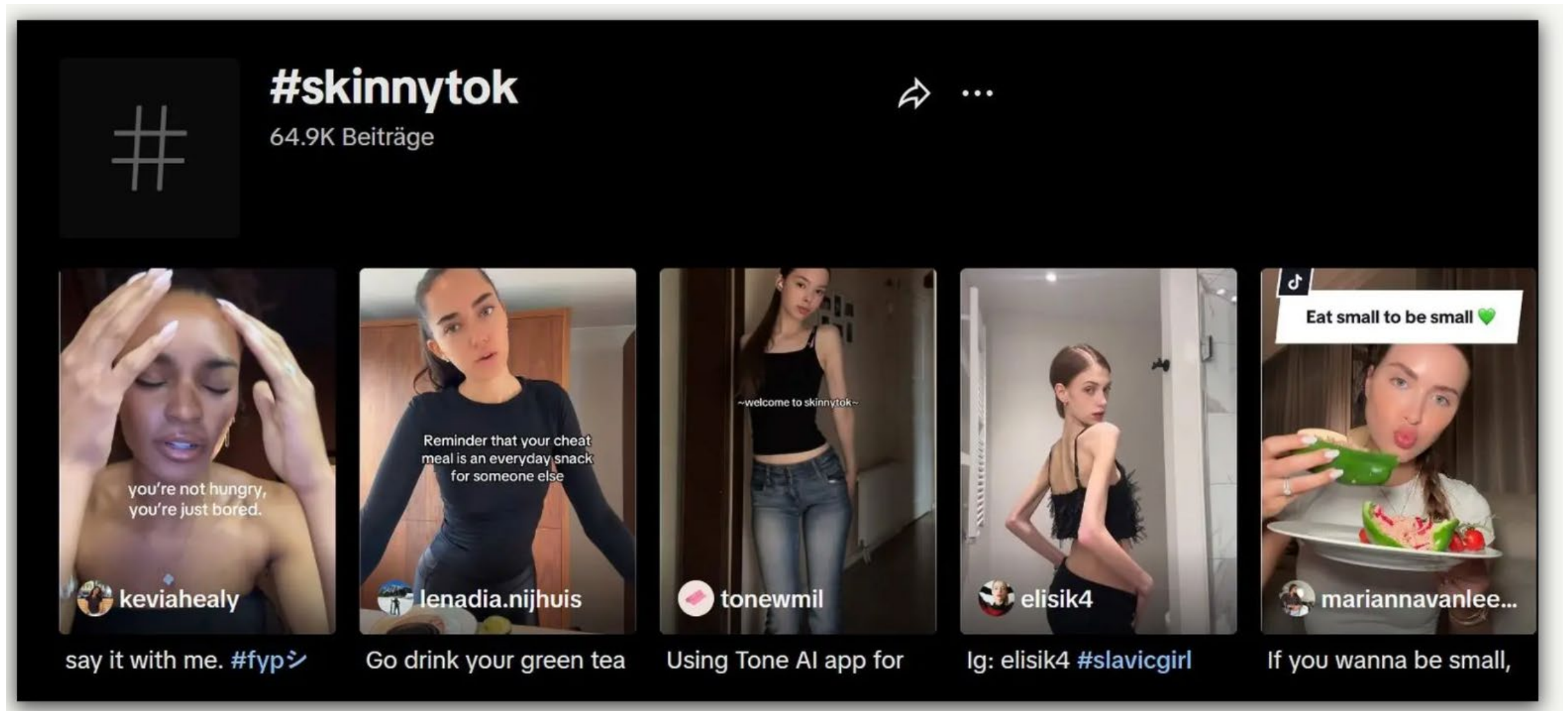
- ED-Nutzer*innen „likten“ 23 % mehr Diät-Videos
- Der Algorithmus zeigte ihnen aber 335 % mehr Diät-Videos

Hohe Exposition gegenüber schädlichen Inhalten :

- 19 von 24 Nutzer*innen (79 %), die >1000 problematische Videos pro Monat sahen, hatten eine diagnostizierte Essstörung

SkinnyTok auf TikTok

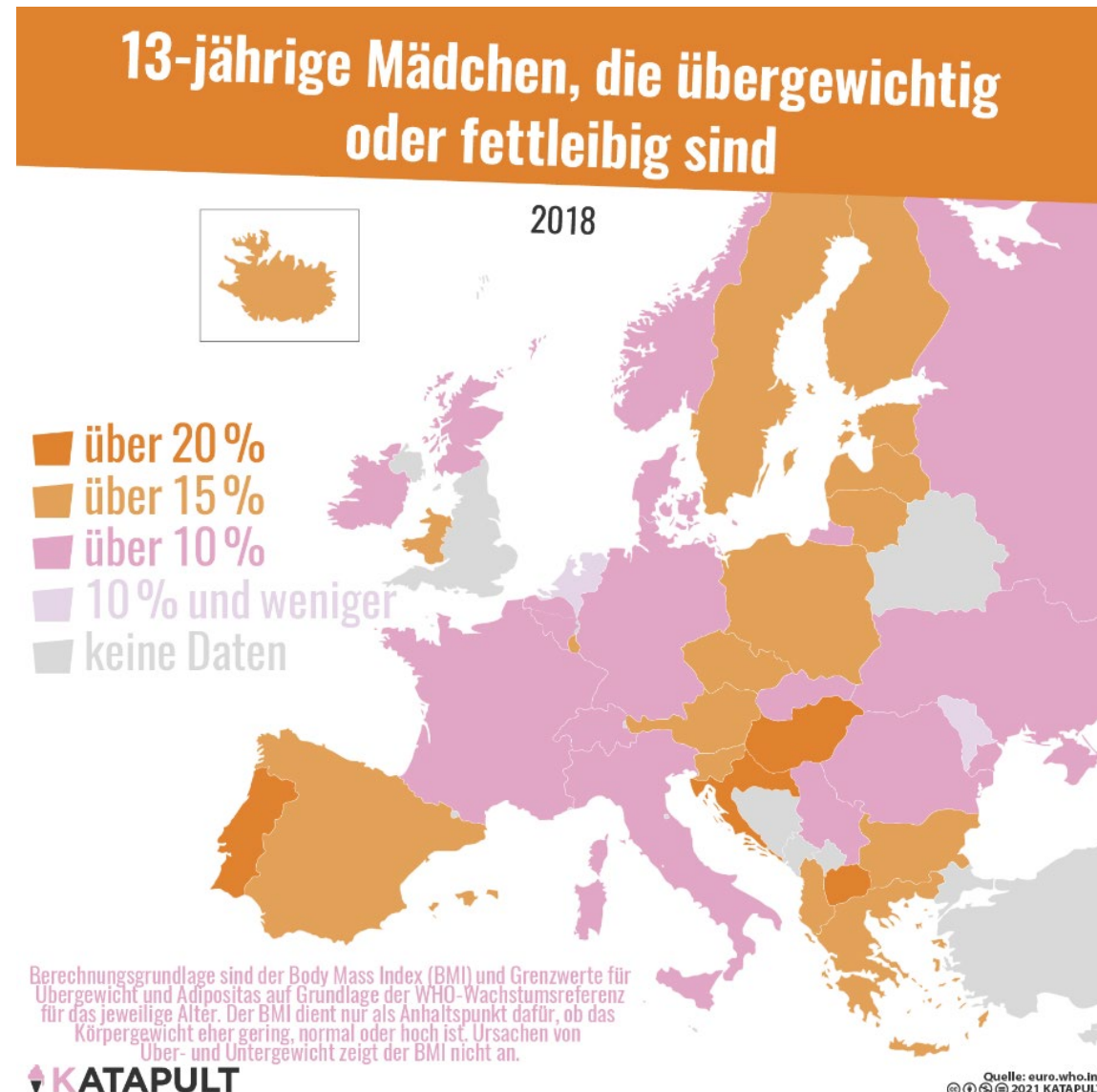
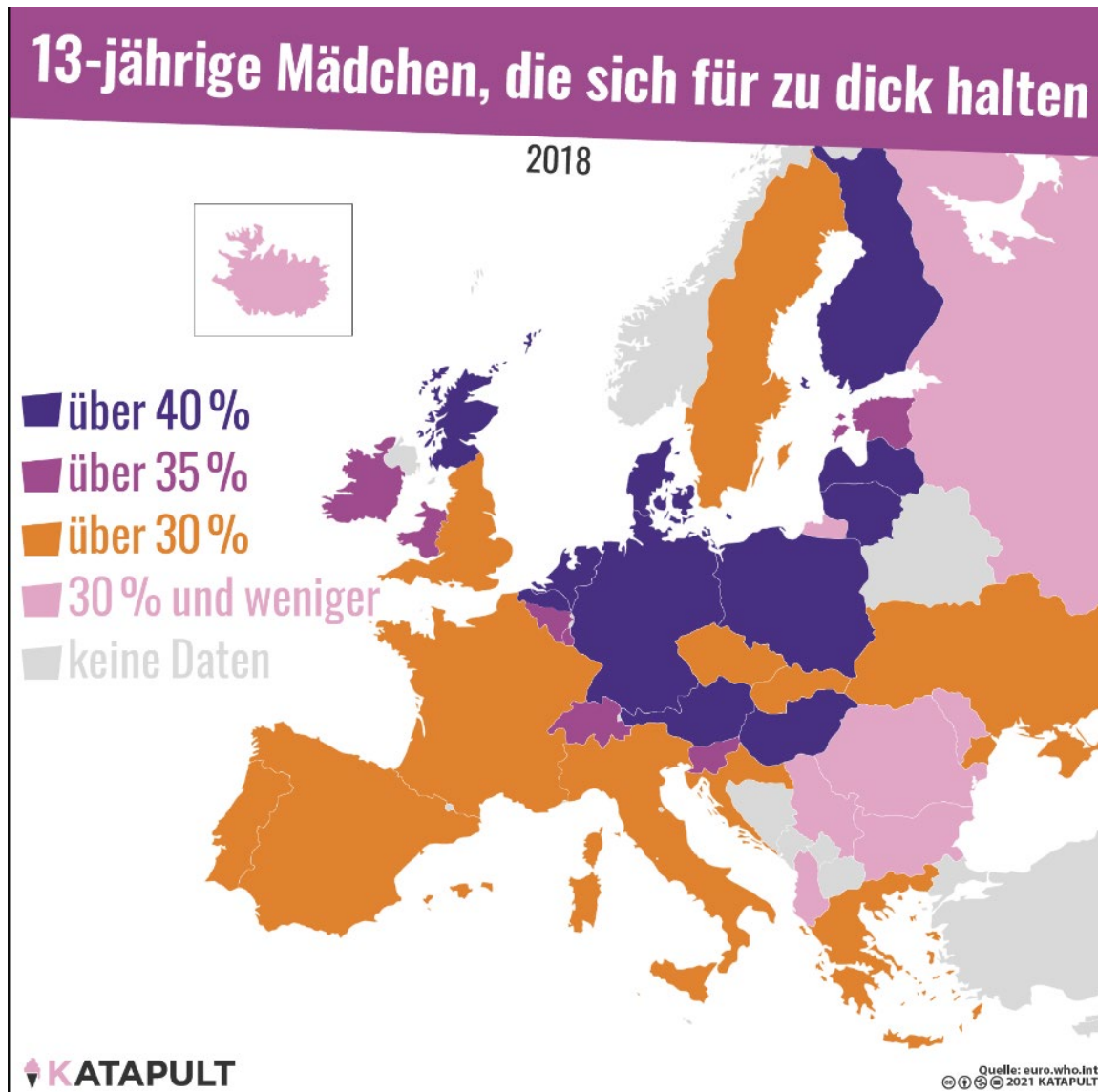
„Dein Magen knurrt nicht, er applaudiert dir“



Virtuelle Kinder - und Jugendwelten



Körperunzufriedenheit



Körperunzufriedenheit

Abbildung 3: Wie viele 17- und 18-jährige Schüler:innen und Lehrlinge sich trotz Normalgewicht zu dünn oder zu dick fühlen

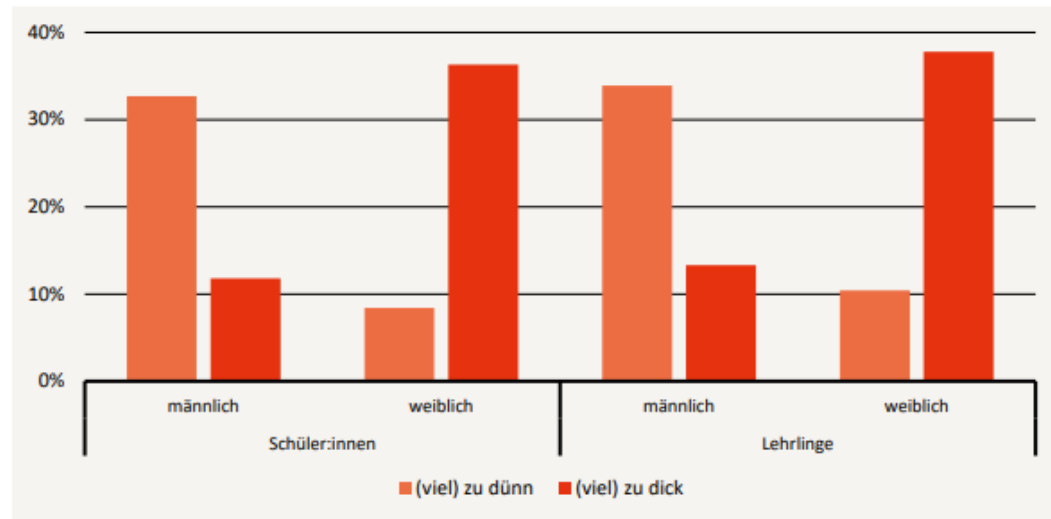
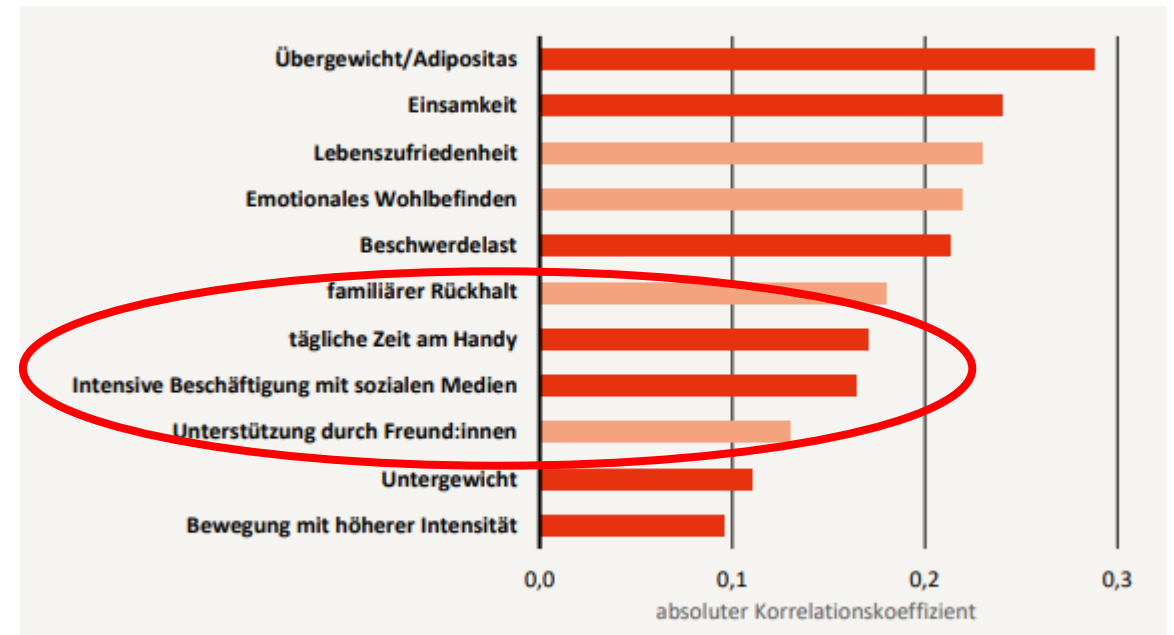


Abbildung 5: Zusammenhänge zwischen negativem Körperselbstbild und möglichen Risikofaktoren bei Schüler:innen

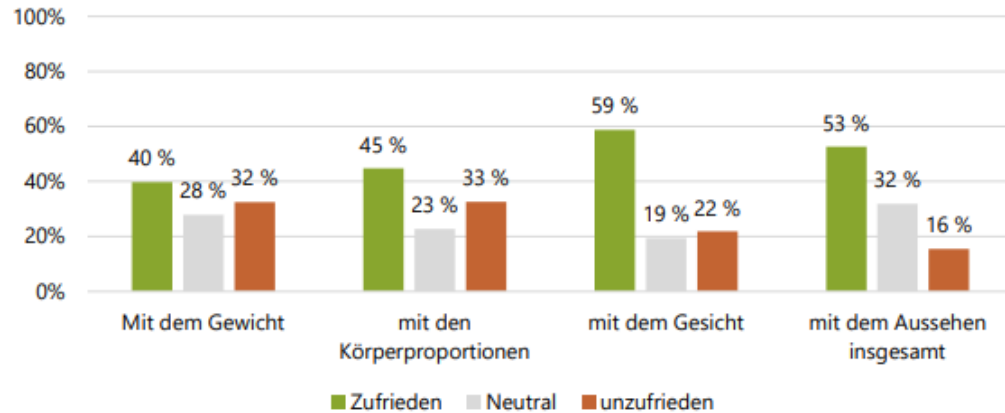


Rote Balken zeigen positive Zusammenhänge (je höher die Werte der dargestellten Variable, desto wahrscheinlicher ein negatives Körperselbstbild), lachsfarbene Balken zeigen negative Zusammenhänge (je niedriger die Werte der dargestellten Variable, desto wahrscheinlicher ein negatives Körperselbstbild)

Alle Korrelationen sind statistisch signifikant, haben im Einzelnen aber eine geringe Effektstärke. Die Wahrscheinlichkeit, ein negatives Körperbild zu entwickeln, dürfte – wie auch bei anderen gesundheitsbezogenen Outcome-Variablen - mit einer Kumulation von Risikofaktoren steigen (Sperlich & Franzkowiak, 2022).

Körperzufriedenheit und psychisches Wohlbefinden

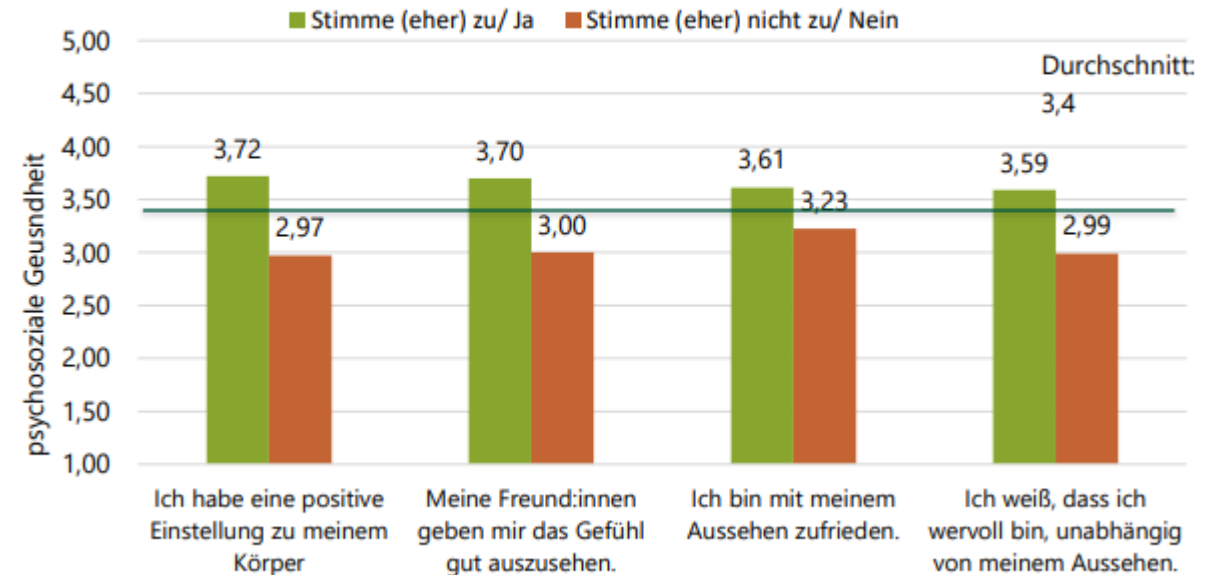
Abbildung 2. Zufriedenheit der 16- bis 25-Jährigen mit dem Aussehen und dem Körper (n=129)



Quelle: Gesundheit Österreich (2025): Panel Gesundheitsförderung Welle 9.

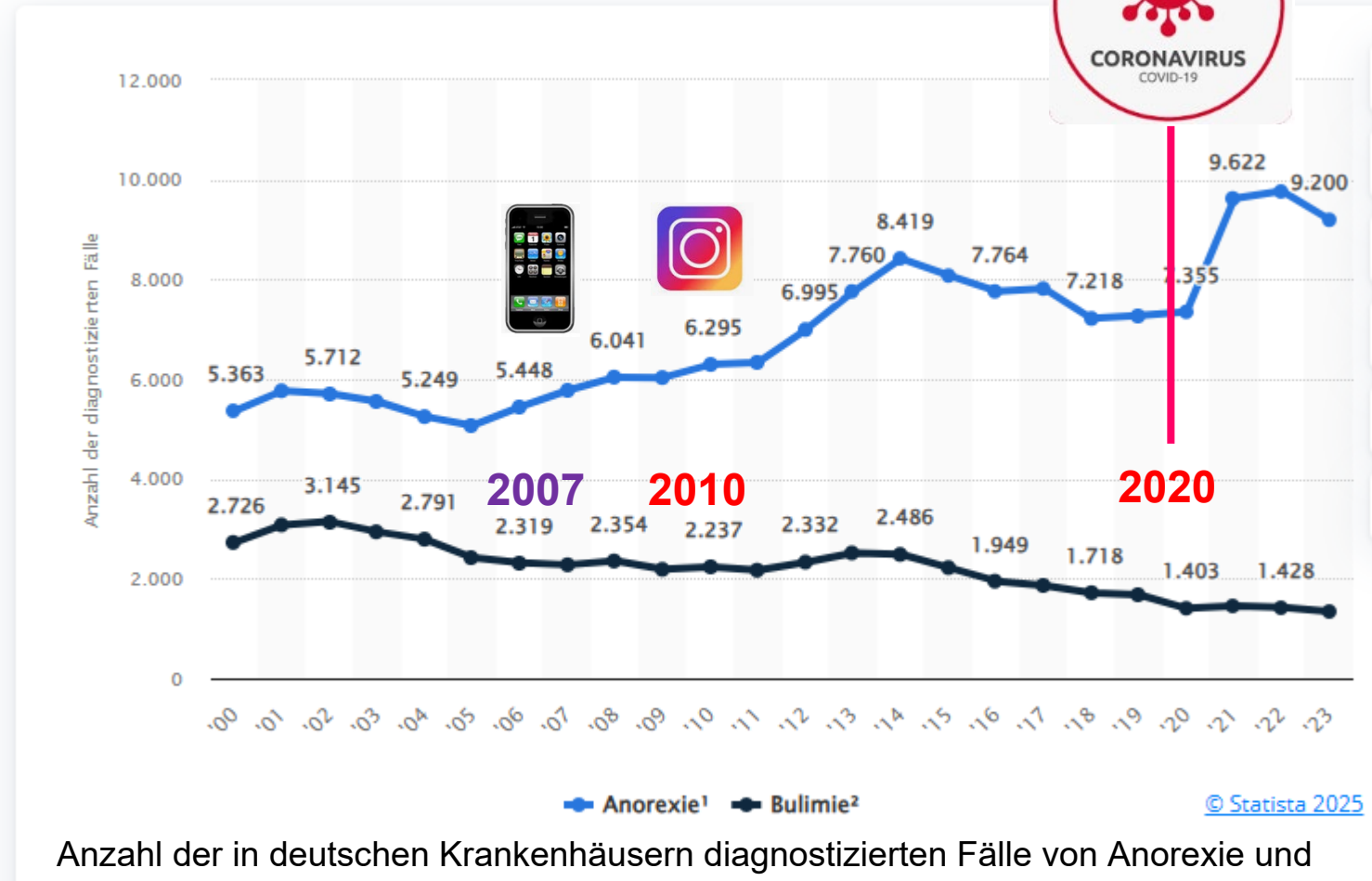
Junge Männer wünschen sich überwiegend muskulöse Körper (75 Prozent). Junge Frauen wünschen sich dagegen eher schlank zu sein (79 Prozent). Ihnen sind zudem „ideale Körperproportionen“, wie eine schmale Taille, tendenziell wichtiger als jungen Männern. Jeder Zweite zwischen 16 und 25 Jahren (48 Prozent) vermeidet es, Kleidung zu tragen, die den Körper zeigt.

Abbildung 1. Psychisches Wohlbefinden und Einstellung zum Körper



Essstörungen

Anorexie und Bulimie 2000 - 2023



Anzahl der in deutschen Krankenhäusern diagnostizierten Fälle von Anorexie und Bulimie in den Jahren 2000 bis 2023

Magersucht, Bulimie, Binge Eating bei 12 – 17jährigen Mädchen

⇒ zwischen 2012 und 2023 um 66 % angestiegen

2012: 90 Fälle pro 10.000 Versicherten
2022: 139 Fälle pro 10.000 Versicherten
2023: 150 Fälle pro 10.000 Versicherten

(Buben 2022: 38 Fälle)

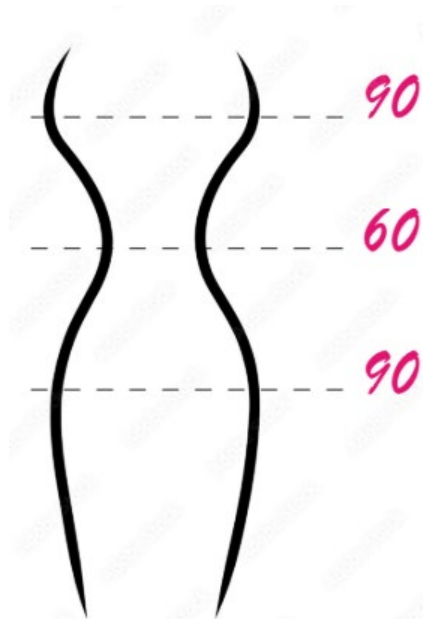
Quelle: Daten der Kaufmännischen Krankenkassen
(Deutsches Ärzteblatt, 4/ 2024)

Mythos 90 : 60 : 90

90 cm Brustumfang:
Kleidergröße 38 / t.w. sogar 40

60 cm Taille:
Kindergröße 134
(8-9 jähriges Mädchen)

90 cm Hüfte:
Kindergröße 164/ 170
(14jähriges Mädchen)
oder Kleidergröße 34



Unterschiede zwischen den Modeling -Bereichen

BEREICH	ALTER IN JAHREN	GRÖSSE IN M	BRUST IN CM	TAILLE IN CM	HÜFTE IN CM	KONFEKTION SGRÖSSE
Laufsteg	16-24	1,75-1,85	80	60	80	Bis 36
Katalog	14-24	Ab 1,76	90	60	90	Bis 38
Dessous	18-35	1,68-1,78	81-89	56-88	83-89	34/36
Fitness	Ab 16	1,65-1,80	k/A	k/A	k/A	k/A
Petite	16-24	1,55-1,69	80	60	80	Bis 36
Fitting	k/A	k/A	k/A	k/A	k/A	k/A
Plus Size	16-24	k/A	90	60	90	Ab 38

Quelle: <https://go-models.com/de>

Nationale Charta der Deutschen Textil - und Modebranche (Berlin, 2008)

- BMI mindestens 18,5
⇒ 1,77 Meter Größe mindestens 58 Kilogramm



Verywell / Jiaqi Zhou

Körperbeschämung - Körperunzufriedenheit

Größe 40 => $\frac{3}{4}$ passt
Größe 42 => $\frac{1}{2}$ passt



Quelle: InStyle, Februar 2020



60 % der Frauen und 30 % der Männer
sind mit ihrem Gewicht unzufrieden

(Schwankungsbreite in Studien zwischen 80% und 40 %)
Quelle: Vortrag Cornelia Fiechtl, 14.6.2022

Schlanker Körper = schöner Körper = gesunder Körper

Schlanker Körper ist machbar

Schlanker Körper ist Leistung und Disziplin



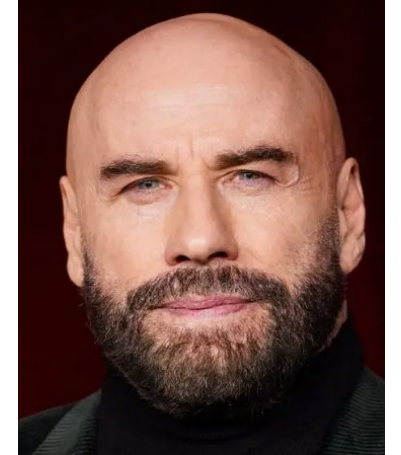
Distinktion



Ozempic und Co.



Kris Jenner



John Travolta

Social Media und unsere Gesundheit

BoldGlamour Filter auf TikTok



<https://www.instagram.com/beauty.false2/?hl=de>



<https://www.horizont.at/digital/news/virale> -selbstoptimierung -so-unterscheidet -sich-tiktoks -bold -gamour -von-bisherigen -beauty -filtern -90893

Mental Health im Netz

selfcare

Selfcare-Konzept:

Ursprünglich von schwarzen Feminist*innen während des Civil Right Movements in den USA geprägt (1960er Jahre)
Es war ein Kampfbegriff für körperliche Autonomie und politische Macht, stand für:

- den Einsatz für bessere gesundheitliche Versorgung marginalisierter Gruppen und
- die Fürsorge untereinander als Community, die diese Protestbewegungen trugen (zum Beispiel eigene Spitäler)

MeTime # selfcaresunday

- Selbstoptimierung und konsumorientierte Schönheitsarbeit
- # bestversionofyou ... nach kapitalistischen und patriarchalen Kriterien
- Gleichsetzung von „gesund“ und „schön“

„Verweigert man sich diesem Schönheitsregime, kümmert man sich in dieser Lesart nicht nur unzureichend um sich selbst, sondern wird auch als ungesund wahrgenommen. Ein blasser, behaarter Frauenkörper ohne sichtbare Muskeln wird damit zum Symbol von mangelnder Gesundheitsorientierung und moralischem Verfall“

(Laura Wiesböck in „Digitale Diagnosen. Psychische Gesundheit als Social-Media-Trend“, 2025)

Wer verdient an Körperunzufriedenheit?

- Modeindustrie
- Diätindustrie
- Pharmaindustrie
- Kosmetikindustrie
- Lebensmittelindustrie
- Medizintechnikindustrie
- Schönheitschirurgie
- Sportartikelhersteller*innen
- Buchhandel
- Influencer*innen
- Tabakindustrie
- ...



Grooming
Gap



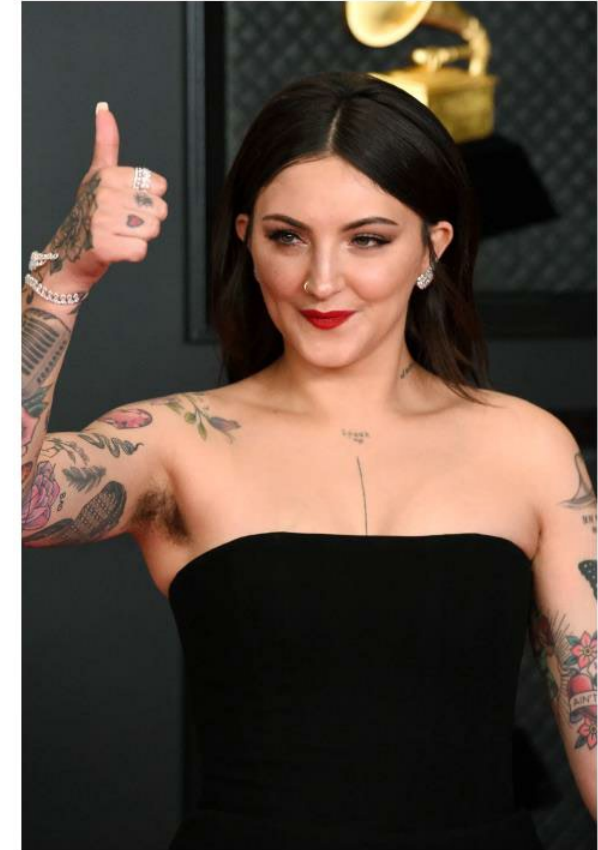
BEAUTY

Achselhaar tragen mit Selbstbewusstsein: Diese 13 Frauen haben es vorgemacht

Lassen Sie sich von Julia Roberts, Lisa Bonet und vielen weiteren Stars inspirieren, die sich gegen weibliche Beauty-Standards auflehnen und ihr Achselhaar selbstbewusst zur Schau stellen.

VON LAUREN VALENTI

9. Juni 2021



Julia Michaels mit ausgewachsenem Achselhaar bei den Grammys 2021. Getty Images

Schönheitsideale im Internet

Jugendliche unter Druck

Saferinternet.at

Das Internet sicher nutzen!

65% sehen einen Zusammenhang zwischen Inhalten in Sozialen Netzwerken und dem eigenen Schönheitsempfinden

53% haben wegen Sozialen Netzwerken schon einmal etwas an ihrem Aussehen verändert

51% achten auf ihre Figur

33% finden sich mit Filter schöner

71% meinen, dass man sich aufgrund Sozialer Netzwerke mit anderen vergleicht

28% haben schon einmal über eine Schönheits-OP nachgedacht

Strategien gegen negative Einflüsse

Reality Check

spazieren gehen und echten Menschen begegnen

Diskrepanz zwischen bearbeiteten Bildern und tatsächlichem Aussehen erkennen



Selbstreflexion

67%

daran arbeiten, sich so zu akzeptieren, wie man ist

55%

sich aktiv mit den Ursachen von Stress und Druck auseinandersetzen

59%

Komplimente im Freundeskreis machen

38%

gemeinsam über belastende Inhalte lachen

Guter Umgang mit Sozialen Netzwerken

63%

weniger Zeit in Sozialen Netzwerken verbringen

60%

Pausen von Sozialen Netzwerken einlegen

60%

bewusst nach Inhalten suchen, die gut tun

49%

Inhalte abseits von Beauty & Fitness konsumieren

Gutes Aussehen ist auch online wichtig

59% achten darauf, auf Bildern gut auszusehen

54% achten auf Licht, Posen und Handywinkel

41% bearbeiten ihre Bilder (z. B. mit Filtern)

34% ist es wichtig, sich sexy darzustellen

51% finden es wichtig, dass ihr Online-Avatar ihnen ähnlich sieht

auch: Content-Creator:innen

Influencer:innen haben Einfluss

84% folgen Influencer:innen in Sozialen Netzwerken

74% glauben, dass Fitness-Influencer:innen einen Einfluss auf Kinder und Jugendliche haben

53% haben schon einmal von Influencer:innen empfohlene Produkte gekauft

Studie 2024: Online-Befragung
n = 400 (11-17 Jahre)
4 Fokusgruppen / n = 56 (15-19 Jahre)
Nov., Dez. 2023

Co-funded by the European Union

Die alleinige Verantwortung für die Veröffentlichung liegt bei den Autor:innen. Die Europäische Union haftet nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen.

CC BY NC

Dieses Werk steht unter der Creative-Commons-Lizenz CC BY-NC Namensnennung (Saferinternet.at, studioback.at) Nicht kommerziell

Mehr als die Hälfte der Jugendlichen (51 %) würde gerne etwas an ihrem Körper ändern.

Bei den Mädchen sind es sogar 60 %.

Körper -Normierung - "Vulva-Shaming"

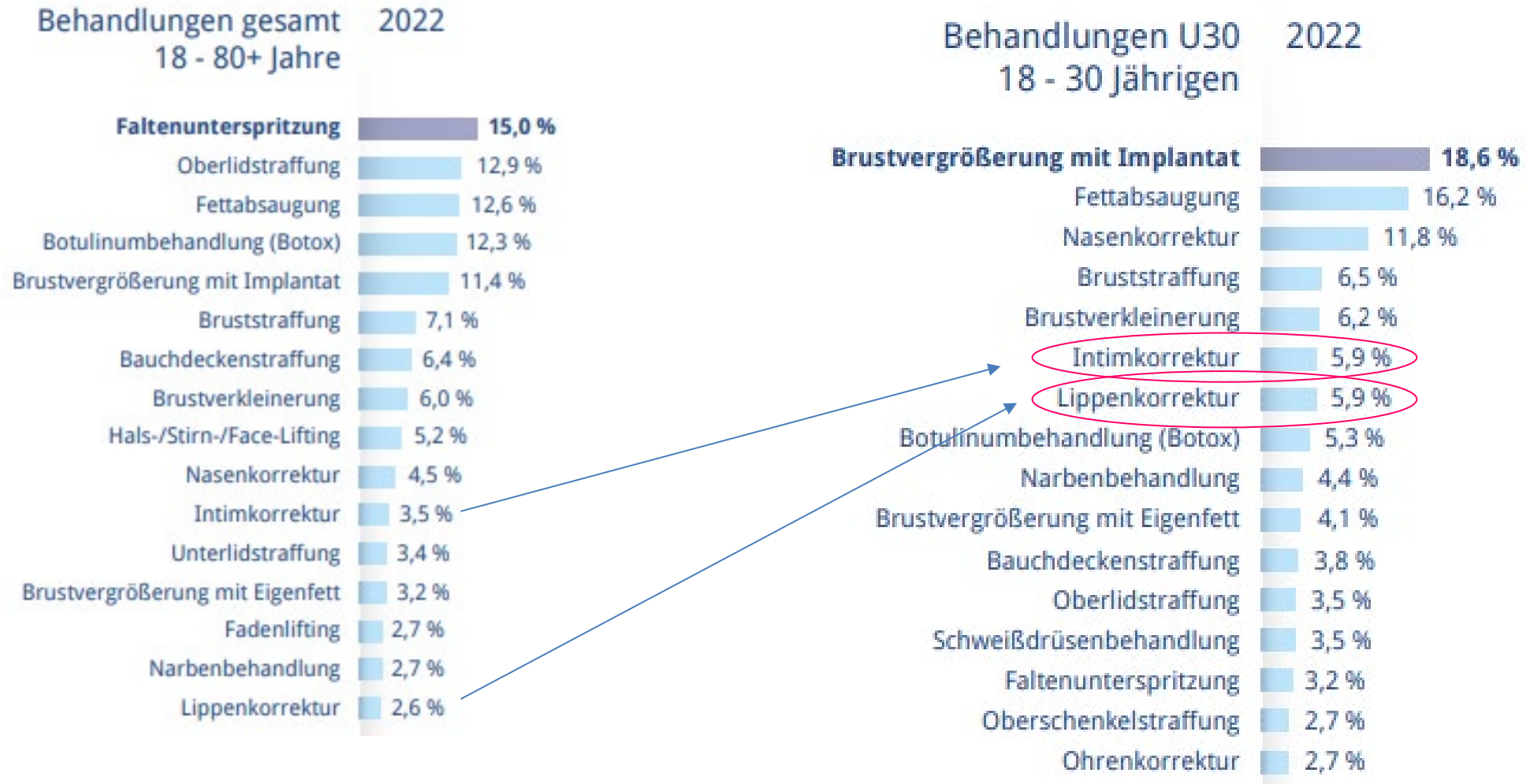


Ziel einer ästhetischen Korrektur ist es, das Idealbild der geschlossenen Muschel wiederherzustellen.

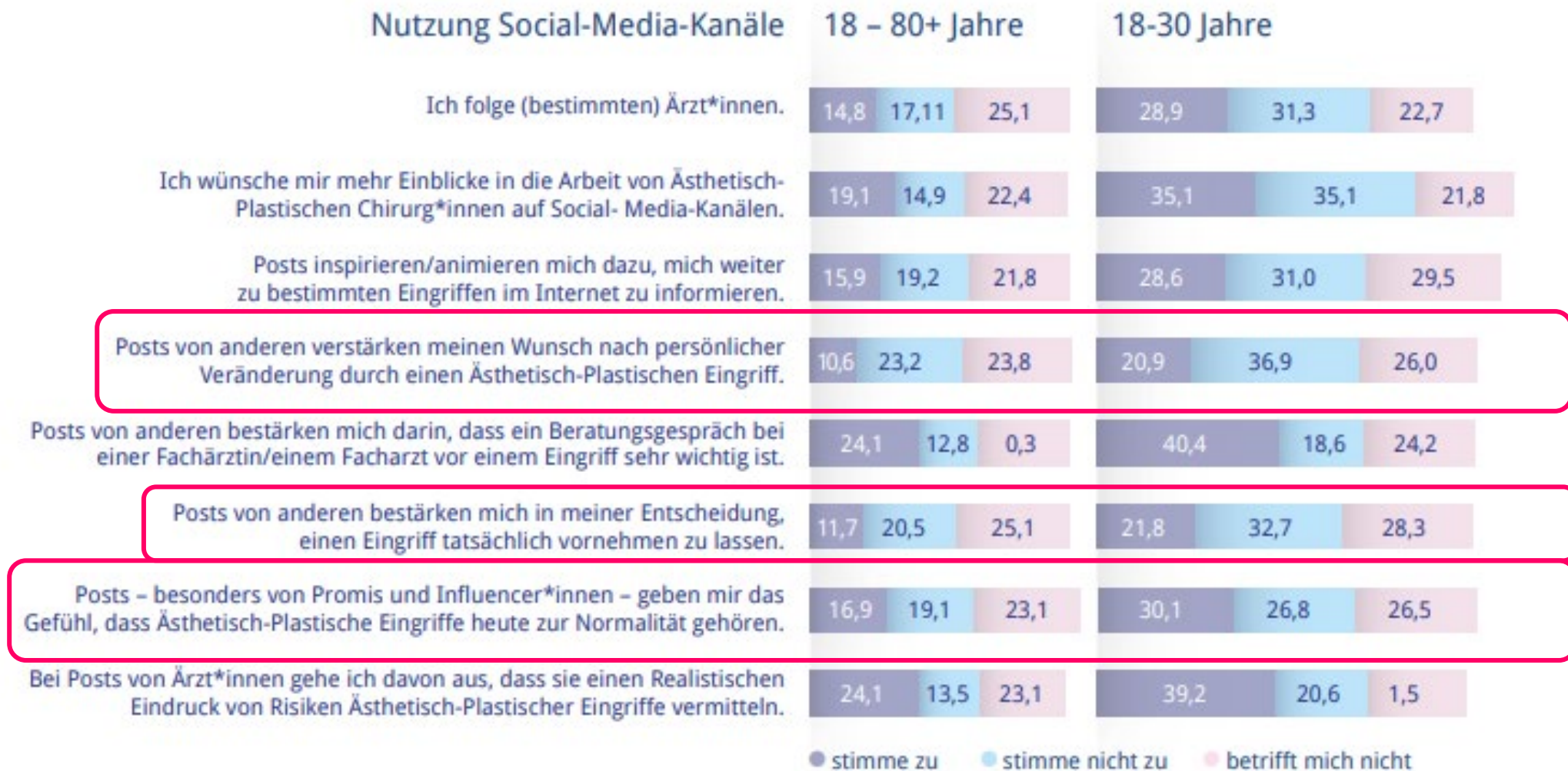


[https://intimed.at/leistungen /schamlippen korrektur/](https://intimed.at/leistungen/schamlippen_korrektur/)

Körper -Normierung en



Körper -Normierung en und Soziale Medien



Nicht in jedem Menschen steckt ein dünner

(Natalie Rosenke, Vorsitzende der Gesellschaft gegen Gewichtsdiskriminierung)



Instagram: Lizzy.dances



northbeastcheer

Bauch, Beine, Pommes

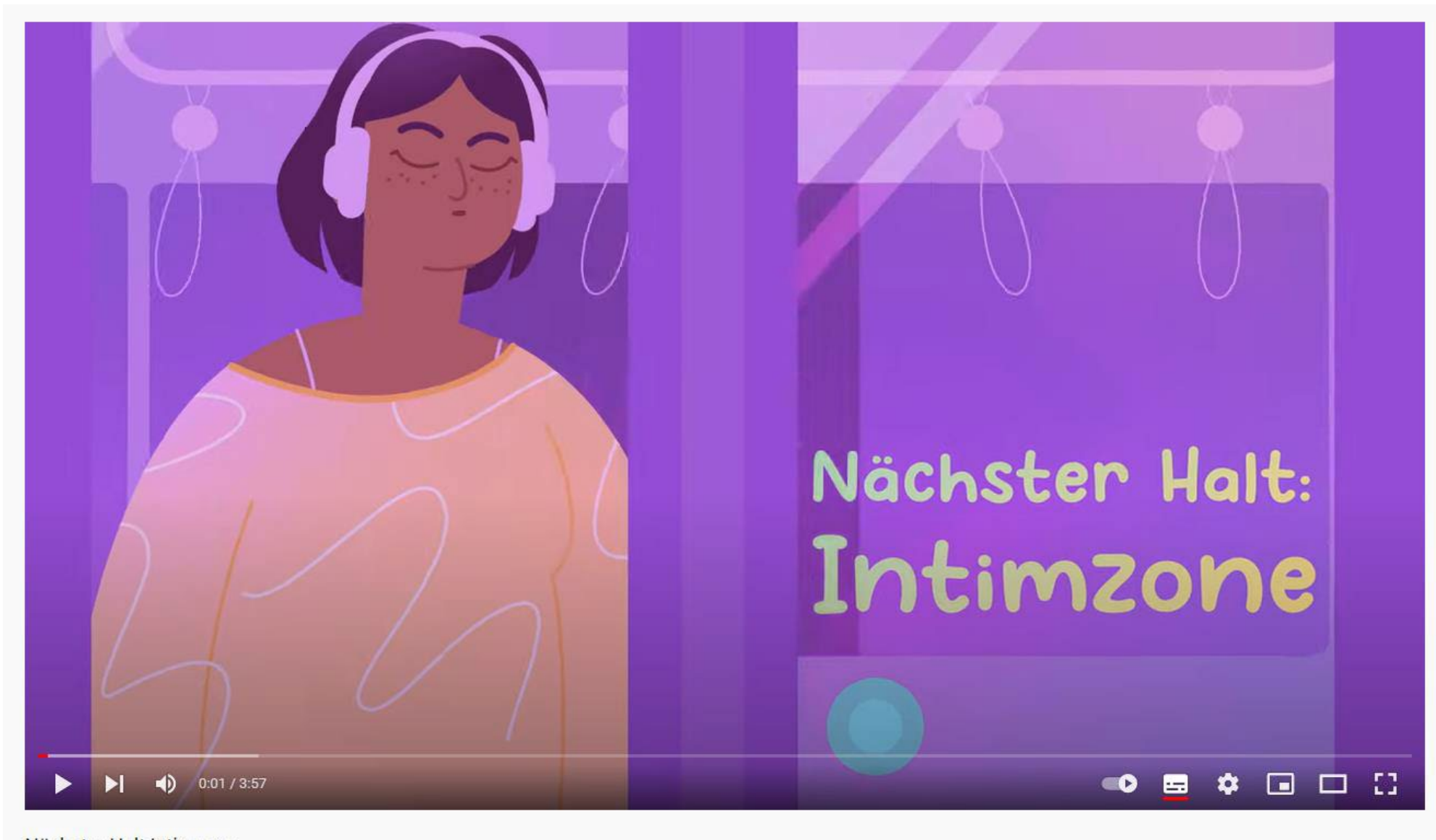


□ www.youtube.com/bauchbeinepommes

Liebe, Sex und Klartext

- 11 Mädchen zwischen 15 und 19 Jahren reden über Mythen zu Sexualität und zu sexueller Selbstbestimmung
- Themen: Jungfernhäutchen (Hymen), Vulva oder Vagina, Sexualitäten, Vulvalippen, Orgasmus, Vergewaltigung, Porno, ...
- „Wiener Mädchen Channel“ auf youtube





Zwischen Wunsch und Wirklichkeit – Botox, Filler und Schönheitsoperationen

Informationsoffensive zu ästhetische Eingriffen und deren Risiken

Botschaft: Wer einen ästhetischen Eingriff erwägt, soll sich gut informieren bevor eine Entscheidung getroffen wird.

„Dein Körper ist wertvoll. Pass auf dich auf und informiere dich“.

Ziel & Zielgruppe:

- Das Ziel dieser Kampagne ist es, junge Frauen ab 16 in ihren sozialen Medien zu erreichen.
- Sie sollen zum kritischen Nachdenken motiviert werden, um sie vor riskanten Fehlentscheidungen zu schützen.

Info-Website auf frauengesundheit.wien.at:

- Information zu möglichen Risiken und Komplikationen
- Reflexion von Schönheitsnormen
- Die Auswahl der Ärztin/des Arztes
- Ästhetische Eingriffe im Ausland
- Checkliste für das Beratungsgespräch
- Organisatorisches und Rechte als Patientin



**Print Folder führt zu
Info-Website**

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit. Botox, Filler und Schönheitsoperationen

9 Video Clips
"Botox and Fillers im Check"
Instagram, YouTube, Tik Tok
Umsetzung:
Animationsstudio Polarfux



Schönheitsdruck und queere communities

Studie:

„Körper- und Schönheitsnormen und ihre Auswirkungen auf LGBTIQ Jugendliche und junge Menschen.“



Was tun?



Medien / Werbung / Marketing / Journalismus

Vielfalt statt Körpernormierung:

keine Körper verspottung, keine Diättempfehlungen, keine Vorher – Nachher Bilder

Sensibilisierung von Werber*innen, Journalist*innen, Bildredakteur*innen, Influencer*innen, Fotograf*innen zu den gesundheitsschädigenden Auswirkungen von „geschönten“, „mageren“, stereotypen Bildern und Botschaften

Wirtschaft und Industrie sowie Politik

- Verantwortung für Körpergewicht nicht nur auf einzelne Konsument*in abwälzen
- Regulativ für Soziale Medien

Bildungssystem

- Workshops mit Jugendlichen - Wissen über körperliche Veränderungen in der Pubertät, Auseinandersetzung mit Schönheitsidealen, Körperbildern etc. fördert positives Körperbild
- Medienkompetenz fördern – bei Lehrer*innen und ihren Schüler*innen

Wir selbst

- Gute Vorbilder sein, liebevollen Zugang zum eigenen Körper fördern
- Als Eltern Interesse zeigen für Medien, die Kinder konsumieren – gemeinsame kritische Auseinandersetzung
- Als Eltern auf positive Verhaltensweisen achten – gesundes Verhalten zu Ernährung und Bewegung
- Ungesunde, toxische virtuelle Räume meiden
- Feministische Räume und Gegenwelten finden, schaffen, besuchen
- Digitale Off -Zeiten

WIENER PROGRAMM FÜR FRAUENGESUNDHEIT



Team des Wiener Programms für Frauengesundheit

v. l. n. r.: Christina Bäessler, Alexandra Grasl-Akkilic, Kristina Hametner, Sabine Hofireck, Alexandra Münch-Beurle, Ulrike Repnik, Denise Schulz-Zak, Daniela Thurner



www.frauengesundheit.wien.at



www.instagram.com/frauengesundheitwien/



Newsletter: frauengesundheit@ma24.wien.gv.at