

AGENDA

Die Insta-Beauty. Oder die Gleichschaltung des Gesichts

Seit Beginn der Pandemie erlebt die Schönheitschirurgie einen Boom. Aber auch zuvor sorgten Social-Media-Plattformen für reichlich **Botox und Hyaluron** vor allem in den Gesichtern von Mädchen und jungen Frauen. Doch was macht die grenzenlose Schönheit mit uns und unseren Kindern?

TEXT VON **CORINNA BAIER**

Symbiotisch

Im endlosen Bilderstrom auf der Plattform Instagram rauschen seit ein paar Jahren vor allem Gesichter vorbei, die so oder so ähnlich aussehen. Wie das der Kosmetik-Unternehmerin Kylie Jenner (rechts unten)

22

Adressdaten

Dr. med. Darius Alamouti
Aesthetic & Skin
in der Haranni Clinic
Schulstrasse 30
44623 Herne

Kommunikationsdaten

T. +49 2323 . 9644-814
F. +49 2323 . 9468-122
praxis@dariusalamouti.de
www.dariusalamouti.de

Pressekontakt

pr@darius-alamouti.de

Adressdaten

Dr. med. Darius Alamouti
Aesthetic & Skin
in der Haranni Clinic
Schulstrasse 30
44623 Herne

Kommunikationsdaten

T. +49 2323 . 9644-814
F. +49 2323 . 9468-122
praxis@dariusalamouti.de
www.dariusalamouti.de

Pressekontakt

pr@darius-alamouti.de

AGENDA

Selbst wenn man mit den Augen jede Falte ihrer ungeschminkten Lippen abtastet, ist nichts zu erkennen. Nichts an ihr wirkt künstlich oder aufgeblasen. Masha, die eigentlich Maria Astor heißt, lächelt breit, trägt goldenen Modeschmuck und ein bauchfreies Shirt mit der Aufschrift „Hell was boring“, als sie sich an diesem heißen Montag auf eine Bank in Berlin-Mitte fallen lässt. Schon seit acht Jahren werden die Lippen der 32-Jährigen mit Hyaluronsäure aufgefüllt. Ein körpereigener Stoff, der sich von selbst wieder abbaut. Irgendwie seltsam, wenn das Gesicht schon so schön ist. Aber für die Influencerin gibt es kein Zurück mehr. „Man gewöhnt sich so schnell an den neuen Look.“

Eigentlich teilt sie ihr ganzes Leben mit ihren 250 000 Instagram-Followern. Das ist ihr Beruf. Doch die Beauty-Behandlungen sparte sie dabei lange aus. Nicht, weil sie sich schämte. Mit Freunden und Familie sprach sie offen darüber. Sondern weil sie ein gutes Vorbild sein wollte. „Ich habe eine gewisse Verantwortung. Ich wollte nicht dafür werben.“ Allerdings müsse man auch zeigen, dass die meisten Menschen nicht perfekt zur Welt kommen, und klar sagen, wenn man nachhilft. Ein Dilemma. Jeder Satz von ihr wirkt überlegt. Masha will inzwischen vor allem verantwortungsvoll über die Behandlungen informieren. Denn das Thema ist heute allgegenwärtig. Ganz selbstverständlich wird über Botox und Filler gesprochen, vor allem in den vergangenen anderthalb Jahren.

Seit Beginn der Pandemie erlebt die Schönheitschirurgie einen Boom. In vielen Ländern gingen die Zahlen nach oben. Eigentlich logisch. Wir verbrachten in endlosen Videokonferenzen viel Zeit damit, uns selbst anzustarren und jeden kleinen Fehler zu finden. Die Kamera macht zehn Pfund schwerer, oder wie war das noch? Doch auch Instagram und Snapchat, die von Selfies und weichzeichnenden Filtern leben, trugen ihren Teil dazu bei. Schon seit Jahren verstärken die Social-Media-

Plattformen den Hang junger Menschen zur Selbstoptimierung. Vor allem minimalinvasive Eingriffe wie Unterspritzungen mit Botox oder Hyaluronsäure spielen inzwischen sogar bei Teenagern eine Rolle. Kommende Generationen werden wohl viel selbstverständlicher mit Beauty-Behandlungen umgehen. Aber was genau macht das mit uns?

Der Antrieb dahinter ist im Grunde nicht neu. Schon immer versuchten vornehmlich Frauen, ihr Äußeres zu verän-

und abschreckend. Jackson verleugnete die Eingriffe bis zu seinem Tod.

Auch heute schleichen sich Prominente lieber durch den Hintereingang in die Praxis ihres Beauty-Docs, weiß der Dermatologe und Venerologe Darius Alamouti. Er hat für diese Fälle eine eigene Rampe gebaut. Ruckzuck rein und wieder raus. „In den Medien wird das gerne mal verrissen. Da besteht noch eine gewisse Zurückhaltung“, sagt der 53-Jährige. Ansonsten würden von der Reinigungskraft, die lange spart, bis zum Topmanager alle seine Dienste nachfragen. Und im Freundeskreis inzwischen offen darüber reden. Bei seinen Patienten und Patientinnen stehen Botox und Filler, die im Vergleich zu Operationen erschwinglicher sind, ganz oben auf der Wunschliste. Die Nachfrage sei enorm.

Immer mehr Anbieter wollen aus dem Hype Kapital schlagen. In Innenstädten preisen Werbebanner „Botox to go“ teilweise wie Kaffee an. Häufig sei das aber kein Botox, ein Markenprodukt, sondern eine Kopie aus China, sagt der

Mediziner. „Die Leute rennen zu den billigen Läden und beschwerten sich dann, wenn es schiefeht und das Auge hängt.“

Schon 20-Jährige haben Angst vor Falten

Die ganze Sache ist eben nicht so trivial wie Augenbrauenzupfen. Wenn unsauber gearbeitet wird, kann es im schlimmsten Fall sogar zur Erblindung kommen, erklärt Andrea Wolff. Gemeinsam mit ihrer Kollegin Isabel Edusei eröffnete die plastische Chirurgin 2018 eine Praxisklinik am Gendarmenmarkt in Berlin. Hier empfangen die beiden in erster Linie die klassische Zielgruppe. Frauen zwischen 30 und 60. Frauen, die frischer aussehen möchten. Doch die Besucherzahlen steigen kontinuierlich. „Mir ist schon aufgefallen, dass im Bereich Botox, Hyaluron und Fadenlifts inzwischen auch deutlich jüngere Menschen zur Beratung kommen“, sagt Wolff. Allgemein seien diese Frauen inzwischen erstaunlich informiert über all die Möglichkeiten, beispielsweise mit Hyaluron die Gesichtsform zu modellieren.

Die Angst vor dem äußerlichen Verfall ist uns Menschen immanent, erreicht aber durch Social Media eine neue Qualität. Dort bekommen vor allem junge Geschlechter Reichweite. Der Algorithmus ▶



Tüchtig

Darius Alamouti ist Facharzt für Dermatologie und Venerologie oder kurz: „Schönheits-Doc“. Er spricht von einem Boom seiner Branche

dem, strebten nach Konformität. Schlimmer wurde es in den 50er Jahren und danach, als Hollywood und die Titelseiten diverser Modemagazine entschieden, was als schön galt. Noch heute werden die Frauen auf solchen Hochglanzbildern bis zur Unkenntlichkeit bearbeitet. Dann verschwindet die Cellulite und gefühlt der halbe Oberschenkel in der Retusche. Die Kosmetikindustrie verdiente stets sehr gut am immer wieder neu geschürten Minderwertigkeitskomplex eines Massenpublikums.

Nur die plastische Chirurgie blieb lange einer Elite vorbehalten, die es gern übertrieb. Bei dem Wort Botox dachten die meisten an erstarrte Gesichter auf dem roten Teppich. Beauty-OPs verband man mit Pamela Anderson oder Michael Jackson, dessen Nase wirkte, als habe man sie aus Wachs geformt. Alles irgendwie gruselig

„In ein paar Jahren werden uns die heutigen Teenager belagern und absurde Dinge verlangen“

Darius Alamouti

Adressdaten

Dr. med. Darius Alamouti
Aesthetic & Skin
in der Haranni Clinic
Schulstrasse 30
44623 Herne

Kommunikationsdaten

T. +49 2323 . 9644-814
F. +49 2323 . 9468-122
praxis@dariusalamouti.de
www.dariusalamouti.de

Pressekontakt

pr@darius-alamouti.de

bestimmt, was attraktiv ist, weniger die Magazine. Und im Gegensatz dazu kriecht er in alle Lebensbereiche, gewinnt wie ein Tsunami an Wucht. Vor allem Instagram brachte ein Schönheitsideal hervor, das von so vielen angestrebt wurde, dass irgendwann gefühlt alle gleich aussahen. Die Chirurgie nannte es „Instagram Face“. In einem Artikel des „New Yorker“ beschrieb ein Make-up Artist den Look so: „ein gebräunter Hautton mit südasiatischen Einflüssen vor um Augen und Brauen, afro-amerikanischen Einflüssen in der Mundpartie und eine kaukasische Nase.“ Der Reality-Star Kylie Jenner gilt als Archetyp des modernen Beauty-Standards.

Auch wenn in der Praxis von Wolff und Edusei kaum junge Frauen oder gar Mädchen mit solchen Vorstellungen auftauchen. Sie wissen, dass das Phänomen existiert. „Es kommt vor, dass es Patientinnen teilweise wichtiger ist, fotografisch gut rüberzukommen als in der Realität“, erzählt Edusei. „So gibt es Techniken, wie man die Lippe optimal für den gängigen Selfie-Winkel unterspritzen muss. Dabei wird das Material anders verteilt.“

Auch Masha inspirierten Selfies zur ersten Unterspritzung. Inzwischen nutzt sie auch Botox für die Stirnfalten. „Es ist schon ein zusätzlicher Druck da, wenn du dich selbst täglich auf Fotos siehst“, sagt die 32-Jährige. Sie habe sich mit den schmalen Lippen nicht mehr wohlfühlt. Damit ist sie offensichtlich nicht allein. Auf dem Instagram-Profil ihrer Ärztin Emi Arpa tummelt sich alles, was in der Influencer-Szene Rang und Namen hat. Arpa ist mir ihren #dremilips selbst zur Marke geworden, ihr folgen auf Instagram über 60 000 Menschen.

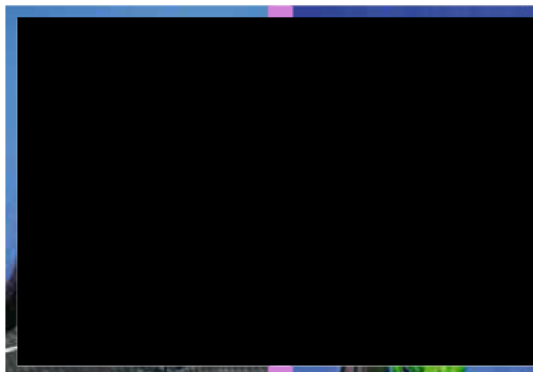
Eigentlich ist Masha seit ihrer Jugend daran gewöhnt, Fotos von sich ins Internet zu stellen, früher auf MySpace, später auf ihrem Blog. Trotzdem ist sie nicht mit den Plattformen von heute groß geworden. Sie dachte lange über den Schritt zur Behandlung nach. Und es kostete sie etwas Überwindung, offen darüber zu sprechen. „Ein wenig kam ich mir wie eine Mogelpackung vor. Aber ich wusste, dass das nur in

meinem Kopf stattfand“, sagt sie und senkt fast verlegen den Kopf, lacht über sich.

Genau dieses Gefühl scheint jüngere Frauen inzwischen weniger zu plagen. Die Soziologin Dana Berkowitz erlebte bei der Recherche für ihr Buch „Botox Nation“ diese Art von „Scham“ vor

„Manche Patienten muss man vor sich selbst schützen. Und sich selbst vor den Patienten“

Isabel Edusei



Extrem

Balenciaga schickte Models während der Pariser Fashionweek im vergangenen Sommer mit Gesichtsporthesen auf den Laufsteg

allein bei Älteren. Sie rechnet in der Zukunft mit der umgekehrten Entwicklung. „Es wird für Frauen immer schwerer, sich diesem Beauty-Diktat zu entziehen“, sagt die Wissenschaftlerin. Irgendwann werden wir vielleicht auf Tränensäcke und kleine Fältchen schauen wie auf Achselhaare und strengen Körpergeruch.

Natürliche Schönheit, das ewige Ideal, hat womöglich ausgedient. Ebenso wie alles, was uns einzigartig und spannend macht, etwa Charaktergesichter, in denen man sich verlieren kann, und Züge, die von einem langen Leben erzählen. In einer Generation, die mit Gesichtsfiltren aufwächst, ist die Kluft zwischen Darstellung und Realität größer denn je, scheint aber gleichzeitig auch egal geworden zu sein. Die Hälfte aller Praxen in den USA erlebte Menschen, die sich optisch ihrem eigenen „gefilterten“ Digital-Gesicht annähern wollten.

abschiedet, die Influencer zwingen, ihre Bilder als bearbeitet zu kennzeichnen. Dennoch bleibt das Gefühl, nicht gut genug zu sein.

„Du bist dem Algorithmus ausgeliefert“

Masha atmet lange aus, als wir auf Instagram im Allgemeinen, auf ihr wichtigstes Werkzeug, zu sprechen kommen. Sie habe den schönsten Job der Welt. Aber? „Instagram ist es egal, ob du dir Mühe gibst. Du bist dem Algorithmus ausgeliefert.“ Es sei schwer, aus diesem Kreislauf herauszukommen. „Viele denken sich dann: Bin ich nicht hübsch genug? Bin ich alt und hässlich?“ Das Influencer-Dasein erfordert nicht nur Disziplin, sondern vor allem mentale Stärke. Masha ist klug und wirkt gefestigt, andere zerbrechen womöglich daran. Sie glaubt allerdings, dass sich der Markt ein Stück weit selbst regulieren wird. „Jede Bewegung hat ihre Gegenbewegung. Der ganz krasse Kylie-Jenner-Look ist auch gar nicht mehr so extrem gefragt. Nach meinem Empfinden wird es gerade wieder etwas natürlicher“, wiegelt sie ab. Auch wenn sich die größten deutschen Influencerinnen noch immer zum Verwechseln ähnlich sehen.

FOCUS LESERDEBATTE

Würden Sie etwas machen lassen?

Schreiben Sie uns an
leserbriefe@focus-magazin.de

Adressdaten

Dr. med. Darius Alamouti
Aesthetic & Skin
in der Haranni Clinic
Schulstrasse 30
44623 Herne

Kommunikationsdaten

T. +49 2323 . 9644-814
F. +49 2323 . 9468-122
praxis@dariusalamouti.de
www.dariusalamouti.de

Pressekontakt

pr@darius-alamouti.de