

Bin ich schön?

Schönheitstrends im Wandel der Zeit



"Ich liebe schöne Menschen. Ihr Aussehen ist mir dabei egal!" Dieser Satz ging neulich viral durch die sozialen Medien. Die Aussage ist wohl eher im übertragenen Sinne zu verstehen und besagt, dass liebenswerte Menschen immer wertvoll sind und dass diese "innere Schönheit" über jede Äußerlichkeit erhaben ist. Ein sicher zutreffender Ansatz, den wir alle verinnerlichen sollten. Aber: Äußere Schönheit und Attraktivität haben einen großen Einfluss auf unsere Einstellung und unser Verhalten – ob wir wollen oder nicht. Das war schon immer so, zu allen Zeiten und in allen Kulturen. Nur was wir jeweils unter Schönheit verstehen, variiert im Wandel der Zeit und ist beeinflusst von gesellschaftlichen und kulturellen Gegebenheiten.

Unser Februarthema befasst sich mit dem Begriff der Schönheit, was er bedeutet und wie er sich im Laufe der Zeiten gewandelt hat. Dabei lassen wir einen Experten zu Wort kommen, der sich als Attraktivitätsforscher wissenschaftlich seit langem mit dem Thema Schönheit beschäftigt: **Professor Dr. Ulrich Rosar** von der **Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf**. Der Beitrag beschäftigt sich auch mit der Frage, wie Beauty-Trends entstehen und ob es eine objektive, wissenschaftlich fundierte und messbare Schönheitsformel gibt – und wie die Beautybranche diese Erkenntnisse nutzen kann.

- Zeitlos schön?
- Beauties im Wandel der Zeit
- Schönheit ist Durchschnitt und Symmetrie
- Der "Pfauen-Effekt" oder das "gewisse Extra"
- Wer hat die Nase vorn?
- Die Beautyformel: Schönheit ist messbar
- Merkmale der Attraktivität
- Der Schön-Ist-gut-Effekt
- Virtuelle Schönheit im Selfie-Zeitalter
- Schönheit als Dauertrend: Gewinn für die Beauty-Branche

Zeitlos schön?



Es gibt auch zeitlose Schönheit: Audrey Hepburn und Marilyn Monroe sind Beauty-Ikonen für alle Zeiten. Ob sie das wohl ahnen konnten?

Es gibt Fragen, die sich wohl jeder Mensch im Laufe seines Lebens (mindestens) einmal stellt. Eine davon lautet bestimmt: Bin ich schön? Wie die Antwort ausfällt, hängt von mehreren Faktoren ab. So individuell und wandelbar Schönheit auch ist (und im Auge des Betrachters liegt, Geschmacksache ist, psychologisch, gesellschaftlich, politisch oder wirtschaftlich motiviert ist...), so universell ist sie als Thema, seit es Menschen gibt.

Schönheit beschäftigt die Psychologie ebenso wie die Naturwissenschaften, die Ökonomie oder die Philosophie. Schon Platon, der zu seiner Zeit sicherlich nicht als "Beau" galt, sagte: "Wenn es etwas gibt, für das es sich zu leben lohnt, dann ist es die Betrachtung des Schönen." Doch was ist denn nun "das Schöne"? Was gilt als schön (und warum)? Hätte Platon Audrey Hepburn und

empfundener? Ist Schönheit ein zeitloses Phänomen? Professor Dr. Ulrich Rosar, Attraktivitätsforscher und Lehrstuhlinhaber der Soziologie an der Heinrich-Heine-Universität in Düsseldorf, hat eine klare Meinung dazu. Für den renommierten Schönheitsexperten lautet die Antwort aus wissenschaftlicher Perspektive: JA. Warum das so ist, wird unsere kleine Zeitreise durch die Welt der Schönheit(en) zeigen:

Beauties im Wandel der Zeit

Je nachdem, wie man Schönheit definiert, kann sie **durchaus ein Zeitphänomen** sein. Das zeigt die Abbildung der Durchschnittsgesichter von Hollywoodschauspielerinnen. Das linke Bild zeigt eine per Computer ermittelte Mischung – durch so genanntes "Morphing" – aus verschiedenen beliebten Darstellerinnen der 1920er Jahre (u.a. Fay Wray, Lila Lee und Mary Philbin), das mittlere Bild zeigt Schönheiten wie Grace Kelly, Ava Gardner, Rita Hayworth und Simone Signoret aus den Fünfzigern. Im rechten Bild können wir die "Durchschnittsschönheit" von Fanny Ardant, Kim Basinger, Meryl Streep, Helen Mirren und weiteren "Beauties" der achtziger Jahre bewundern. Anhand dieser eindrucksvollen Beispiele können wir sehen, dass sich nicht nur die Schminktechnik verändert hat (von links nach rechts nimmt die Betonung der Lippen und Augen ab). Auch insgesamt haben sich die Gesichtsformen und die dargestellten Persönlichkeiten verändert: In den Zwanzigern wurde ein "kindlicherer" Typ bevorzugt, ab den späten vierziger Jahren werden die Frauen zu femininen "Superwomen". In den siebziger Jahren und mit wachsender Emanzipation erscheint die Filmfrau dominanter und trägt mehr männliche Züge.



"Gemorphte" Film-Schönheiten im Wandel der Zeit, Durchschnittswerte errechnet am Computer. Abbildung aus: Karl Grammer: *Signale der Liebe*, dtv 1995, S. 199 (nicht mehr erhältlich).

Anekdote aus der Filmbranche: Da es zu Zeiten Marlene Dietrichs als attraktiv galt, wenn Frauen hervortretende Jochbeine und eingefallene Wangen hatten, hat die Filmkone diesbezüglich etwas nachgeholfen – und sich die Backenzähne ziehen lassen.

Wir sehen also, dass ein so genanntes Schönheitsideal nicht losgelöst von "Zeit und Raum" existiert. Oder doch? Womöglich muss der Schönheitsbegriff erst einmal definiert werden. Das ist aber gar nicht so einfach:

"Der Anspruch, den Begriff der Schönheit klar zu definieren, gleicht dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln. Dennoch ist Schönheit, auch wenn sie aus universellen, kulturellen und individuellen Komponenten besteht, ein zeitloses Phänomen", sagt Professor Ulrich Rosar. Es muss also Maßstäbe geben, die eine universelle Gültigkeit haben. "Ja, die gibt es", so der Attraktivitätsforscher, "es sind all jene Merkmale, die auf Gesundheit und Jugendlichkeit hinweisen, bei Männern kommt der Dominanzfaktor noch hinzu."

Schönheit ist demnach alles andere als Ansichtssache. Unter allen Moden und individuellen Geschmäckern liegt ein gemeinsamer Kern: "Unser Schönheitssinn beruht auf festen Prinzipien, Gesetzmäßigkeiten und verbindlichen Regeln, die immer und überall gültig sind", folgert der Wissenschaftsjournalist Ulrich Renz in seinem Fachbuch für Laien "Schönheit – eine Wissenschaft für sich".

Die Annahme eines universell existierenden Schönheitsbildes bestätigen auch Studien, die bereits vor 60 Jahren durchgeführt wurden. Über 4000 Studienteilnehmer sollten aus einer Reihe von Gesichtsfotos das jeweils schönste auswählen. Das erstaunliche Ergebnis: In allen Landestellen, durch alle Berufsgruppen und über alle Altersstufen hinweg wurden dieselben Gesichter als hübscher als die anderen bezeichnet. "Es gibt also eine gemeinsame Basis des Schönheitsempfindens", schlussfolgert Karl Grammer in seinem Klassiker "Signale der Liebe". Auch in späteren Forschungen wurde die Existenz eines allgemeinen Schönheitsbegriffs bestätigt.



Ein modernes schönes "Durchschnittsgesicht" entspricht in etwa den Merkmalen dieses (computerbearbeiteten) Bildes.

Schönheit ist Durchschnitt und Symmetrie

Ein Faktor ist dabei der **Durchschnittswert**. Mehrere aktuelle wissenschaftliche Studien konnten zeigen, dass der per Computer ermittelte Durchschnittswert mehrerer Fotos, die aktuelle Schönheitsmerkmale aufwies (zum Beispiel bei Mister und Miss Germany-Wahlen), immer als schöner wahrgenommen wurden als jeweils einzelne Originalbilder. Ein Schönheitsmerkmal lautet demnach: Schönheit ist Durchschnitt.

Schon der Philosoph Immanuel Kant behauptete, das Mittelmaß sei "das Grundmaß und die Basis aller Schönheit selbst". Also nicht das Extreme ist schön, sondern das Durchschnittliche. Klingt paradox? Keineswegs! Für die **Durchschnittstheorie** gibt es eine neurophysiologische Erklärung: Denn Neurone springen besonders intensiv auf bekannte Dinge an. Ein Durchschnittsgesicht enthält **prototypische Merkmale** von vielen Gesichtern, sodass viele Zellverbände "feuern". Dieses geballte Feuerwerk vermittelt dem Betrachter den Eindruck, einen schönen Menschen vor sich zu haben. Doch worin besteht der durchschnittliche Prototyp der attraktiven Frau und des schönen Mannes? Was an diesem Durchschnittsgesicht empfinden wir als schön?

Der "Pfauen-Effekt" oder das "gewisse Extra"

"Am durchschnittlichen Prototypen eines Gesichts empfinden die Menschen neben makelloser Haut vor allem die **Symmetrie** als schön", erklärt Professor Rosar, "und hinzu kommt das leichte **Wiedererkennen alles Bekannten**". Die Symmetrie als proportionaler Wert gehört seit der Antike zum klassischen Schönheitskanon. Das bezieht sich nicht nur auf die Achsenspiegelung, sondern betrifft auch das horizontale proportionale Verhältnis von Stirn, Augen, Nase und Kinn.

Allerdings kann manchmal auch die Abweichung von der Norm attraktiv wirken, die Forscher nennen dieses Phänomen den "**Pfauen-Effekt**". Rosar erklärt den Zusammenhang: "Der Pfau kann sich diesen biologisch nutzlosen, auffälligen Federschwanz – sein Handicap! – nur deshalb leisten, weil er ansonsten topfit ist. Stellen Sie sich einen Marathonläufer mit einer Bleikugel am Bein vor, er entspricht nicht der Norm, aber wir bewundern ihn". Ein bunter Schwanz an einem ausgemergelten Aasgeler oder eine Bleikugel am adipösen Bein eines Asthmatikers hätte sicherlich einen anderen Effekt.

Wer hat die Nase vorn?

Der Neandertaler oder die Rubensfrau würden heute kaum noch als Prototyp durchgehen. Aber wer hat heute die Nase vorn? Nehmen wir die Frage wörtlich, so gelten gebogene Nasen aktuell bei beiden Geschlechtern als weniger attraktiv als beispielsweise in der Antike. Bei Männern stehen **gerade Nasen** hoch im Kurs, Frauen punkten mit kleinen **Stupsnasen**. Aber auch das ist eine (Epochen-)Momentaufnahme einer Studie aus dem letzten Jahrhundert.

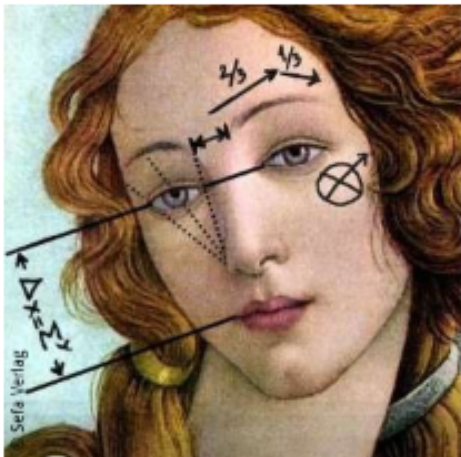
Viele Studien befassten sich mit diesen Fragen und kamen nicht selten zu (für die meisten Menschen!) recht ernüchternden

Ergebnissen: So gelten etwa Frauen mit schmaler Kopfform, vollen Lippen, **weitem Augenabstand**, hohen Wangenknochen, makelloser Haut und einer kleinen Nase als schön. Männer profitieren zusätzlich von einem markanten Kinn und kräftigen Augenbrauen. Menschen mögen, unabhängig vom Geschlecht, möglichst **symmetrische** Gesichter. Und sie halten solche Gesichter für optisch attraktiv, die **dem statistischen Durchschnitt** dessen entsprechen, was sie kennen. Aber woher weiß man das? Gibt es womöglich eine Schönheitsformel? Wissenschaftler wollen das Geheimnis mit mathematischen Methoden lüften.



Kurzhaarfrisur? Offene, lange Haarpracht? In früheren Zeiten galt die kunstvolle Hochsteckfrisur als schön – und das markante Profil.

Beauty-Formel? Ja, Schönheit ist messbar



Ausschnitt aus dem E-Book Cover "Schönheit – eine Wissenschaft für sich" von Ulrich Renz (Sefa Verlag 2013).

Bei der Frage der Attraktivität greift die moderne Wissenschaft sogar zum Maßband. Laut verschiedener Studien lassen sich die Proportionen eines schönen Gesichts nach dem Maß des goldenen Schnitts berechnen. Demnach entspricht zum Beispiel das Verhältnis von Nasenbreite zu Mundbreite dem **goldenen Schnitt** ($GS = 1:1,61803$). Eine derart berechnete "Maske der Schönheit" will aufzeigen, ob der Mund zu schmal, das Kinn zu breit oder die Augen zu klein sind. Lässt sich Schönheit so einfach in eine Formel pressen? Klingt ziemlich uncharmant, wo bleibt da der Zauber, das Immanente Geheimnis der Schönheit?

Professor Rosar: "Warum wir genau diese genannten Merkmale als schön empfinden, bleibt nach wie vor ein Geheimnis. Aber *dass* es so ist, gilt als erwiesen. Bestimmte Proportionen empfinden wir einfach als ansprechend, auch wenn uns das nicht bewusst ist. Auf die Körperform bezogen, wären das die Idealmaße einer klassischen Cola-Flasche. Nicht zufällig weist sie dieselben Körperproportionen auf wie zum Beispiel Marilyn Monroe (90-60-90)." Sind wir so leicht manipulierbar? Weil eine Flasche mit "Taille" uns eher anspricht als ein eckiger Tetra-Pack? Aber woran liegt das? Auch dafür hat unser Experte eine Antwort parat: "Wenn unser Gehirn 'Schönheit' wahrnimmt, wird das **Belohnungszentrum** angekurbelt und der Botenstoff Dopamin ausgeschüttet, welches uns kurzzeitige

Hochgefühle schenkt." Aha, deshalb macht Cola angeblich glücklich (angucken reicht also, trinken muss man sie vielleicht gar nicht...).

Bezogen auf das weibliche Gesicht gilt das Kindchenschema besonders dann als schön, wenn es zusätzliche Reifezeichen wie hohe Wangenknochen und Wangenschatten aufzeigt (wir erinnern uns an die gezogenen Backenzähne mancher Filmdiven). Diese Mischung, so Autor Ulrich Renz, signalisiert: "Ich bin jung, aber schon alt genug". Das männliche Gesicht trägt deutlich mehr "Reifezeichen" wie buschigere Brauen und ein markantes Kinn. Zu sehr ausgeprägt sollten diese Zeichen der Reife aber bitte auch nicht sein, sonst wirkt der Mann zu aggressiv und unsympathisch. Interessant in diesem Zusammenhang ist die Tatsache, dass die Ausprägung der weiblichen Reifezeichen durchaus **gesellschaftlichen Trends** unterliegt: "Es gibt immer dann einen Trend zu mehr Reife", schreibt Renz, "wenn die Zeiten härter werden – Beispiel Marlene Dietrich in den vierziger Jahren. In der wirtschaftlichen Aufschwung ist dagegen mehr der kindliche Typ gefragt, wie in den fünfziger Jahren Marilyn Monroe."

Fassen wir zusammen: Es gibt zwar Schönheitstrends, die, wie in der Modewelt, gesellschaftlichen Strömungen unterliegen und/oder diese beeinflussen. So wandeln sich etwa Schminktechniken, Frisuren, Gesichtsschmuck, Farbpräferenzen und alles, was wir als Hilfsmittel verwenden, um unsere Schönheit zu unterstreichen. Aber es gibt auch unveränderliche Konstanten. Dazu Ulrich Rosar: "Es gibt modische Unterschiede, aber **der Mechanismus eines Schönheitstrends ist der Wandel an sich**. Dieser ist schwer vorherzusagen, aber die Grundkonstanten bleiben gleich. Dazu zählen ein herzförmiges Gesicht, große auseinanderstehende Augen, sinnliche Lippen und eine helle Haut." Dabei dürfe die helle Haut durchaus leichte Sonnenbräune haben, denn bei diesem Schönheitsmerkmal kommt es auf die Assoziation 'hell = jung' an. "Je heller die Haut ist, desto attraktiver erscheint sie uns. Da unsere Haut mit dem Alter immer dunkler wird, steht helle Haut für Jugendlichkeit – was bekanntermaßen als attraktiv gilt", erklärt der Wissenschaftler aus Düsseldorf.

Merkmale von Attraktivität

- Makellose, helle Haut
- Durchschnittlichkeit
- Symmetrie
- Kindchen-, Reife- und Ausdruckszeichen
- Hervortretende Wangenknochen und schmale Wangen
- Bei Männern zusätzlich: markantes Kinn und ausgeprägte Brauen
- Kleine Stupsnasen (Frauen), gerade Nasen (Männer)
- Sinnliche Lippen
- Das gewisse Extra
- Das letzte Geheimnis

Der Schön-ist-gut-Effekt

Wer attraktiv ist, gilt oft als klüger, hat gesellschaftlich mehr Erfolg und die besseren beruflichen Chancen. Der vermeintliche Zusammenhang zwischen "gut und schön" hat aber keinerlei reale Berechtigung, er basiert auf Vorurteilen und ist vor allem eins: unfair! Trotzdem ist der so genannte "Schön-ist-gut-Effekt" nicht einfach auszukurieren. Woran liegt das?

Ulrich Rosar: "In gewisser Weise sind wir Sklaven des 'schön-ist-gut-Effekts', denn wir sind gezwungen, in unserer komplexen Welt zu kategorisieren. Wir müssen quasi in Schubladen denken, um uns in ihr orientieren zu können." Aber Marionetten eines Schönheitsdiktats sind wir deshalb noch lange nicht. So schwierig es auch sein mag, wir können dem "Vorurteil Schönheit" entgegensteuern. "Denken ist die einzige Möglichkeit, dagegen anzugehen", ermuntert der Attraktivitätsforscher und rät, unsere Schubladengedanken regelmäßig zu reflektieren und dort gelegentlich auch einmal aufzuräumen.

Mit dieser Auffassung ist Professor Rosar in prominenter Gesellschaft. An der University of Pennsylvania arbeitet ein Wissenschaftler, der sich ebenfalls mit dieser Frage beschäftigt. Er heißt Anjan Chatterjee und ist Professor für Neurowissenschaften. Seit langem erforscht er, was in unseren Gehirnen geschieht, wenn wir schöne Menschen sehen – und wie der "Schön-ist-gut-Effekt" zustande kommt: "Menschen reagieren auf Schönheit selbst dann, wenn sie sich dessen gar nicht bewusst sind", sagt Chatterjee im Online-Magazin der „Zeit“ (Artikel: Die Stille Macht der Schönheit, 10/2019). Auch in seinem Labor waren die Probanden schnell dabei, das Aussehen von Personen mit moralischen Urteilen zu verknüpfen.

Wie ungerecht! Was also ist zu tun? "Wir müssen uns solcher Fehlannahmen bewusst werden, um sie verändern zu können", so Chatterjee. "Die Medien spielen dabei eine große Rolle." Das menschliche Gehirn habe genug Kapazitäten, um besser zu reagieren. Der Mensch muss es nur wollen. Auch gesellschaftlich spräche vieles dafür, dass sich unsere Schönheitsideale lockern. Früher hätten die Menschen öfter in geschlossenen Gemeinschaften gelebt, ohne neue, fremde Einflüsse, ohne das Internet. Heute hingegen seien gerade Großstadtbewohner mit viel diverseren Gruppen von Menschen konfrontiert – und damit auch mit ganz verschiedenen Schönheitsidealen. Spreche nicht vieles dafür, dass die Jungen Leute durch ihre Selfies immer öfter selbst das Bild von Schönheit definierten?



© unsplash



Mal ehrlich: Welchen Mann halten Sie für klüger und erfolgreicher – den rechten oder den linken? Niemand ist gänzlich frei von Vorurteilen, aber alle können reflektiert und kritisch gegensteuern.

2/ Virtuelle Schönheit im Selfie-Zeitalter



"I'm a Barbie-Girl in a Barbie-World"...vom Kinderzimmer ins Smartphone: Irreale und ungesunde Schönheitsideale wie das der Barbiepuppe gelstern heute oft in Form von retuschierten Selfie-Fotos durch virtuelle Welten wie Instagram & Co.

Gottfried Lemperle, 83 Jahre alt, Herausgeber des einzigen Handbuchs über ästhetische Chirurgie in deutscher Sprache, ist Professor für plastische Chirurgie und eigentlich längst im Ruhestand. Doch weil die Nachfrage nach Schönheits-OPS nicht nachlässt, ist er immer noch aktiv. "Schön wollten die Menschen schon immer sein", schreibt Lemperle im Zeit-online-Artikel, doch etwas habe sich in den vergangenen Jahren geändert. Für ihn hat das viel mit dem Selfie-Boom zu tun. "Eine Jugend, die sich ständig selbst begutachtet und inszeniert und Fotos von sich öffentlich macht, das gab es so vorher noch nicht."

Aber bietet die Digitalisierung auch Chancen? Könnte die Selfie-Kultur unser Schönheitsbild verändern? Hier gehen die Meinungen der Wissenschaftler auseinander. Chatterjee glaubt, dass Instagram-Bewegungen, die sich gegen den Schön-ist-gut-Effekt wehren und bewusst "natürliche Bilder" posten, dabei helfen können, dass

Menschen sich und ihre tief geprägten Einstellungen verändern.

Rosar fände diese Entwicklung zwar wünschenswert, steht dieser Hoffnung jedoch kritisch gegenüber. Übereinstimmung zeigen jedoch alle Studien in der Hinsicht, dass der Schön-ist-gut-Irrtum schwächer wird, wenn Menschen längere Zeit miteinander verbringen. Das heißt: Wenn Menschen einander besser kennen und sich dabei mögen, tendieren sie dazu, sich gegenseitig attraktiver zu finden. Das klingt doch nach einem schönen UND guten Trend!

Interview



© Meiner Online Welt

SPA-Trends in den neuen Zwanzigern - Von Achtsamkeitsfitness und smarterer Kleidung: Wellness-Prognosen für 2020

Ein neues Jahrzehnt ist angebrochen – und mit ihm neue Spa- und Wellness-Trends. 2020 geht es mit entschlossenen Schritten in Richtung "healthy wellness". Die Spa-Branche reagiert mit spannenden neuen Angeboten auf diesen Gesundheitstrend. Die Spa- und Wellness-Expertin Sylvia Glückert-Fröhler weiß, was die Branche Neues bietet und worauf wir uns 2020 freuen können:

Mehr dazu

Schönheit als Dauertrend: Gewinn für die Beauty-Branche

Wie ein Trend entsteht, hängt übrigens von unterschiedlichen Faktoren ab. Zeitgeist, Ausrichtungen der Bevölkerung auf anderweitige Strömungen oder wirtschaftliche Entwicklungen spielen bei der Entstehung und Verbreitung von Trends die tragende Rolle. In Bezug auf so genannte Schönheitstrends muss jedoch der Begriff "Trend" differenzierter betrachtet werden. Wichtig ist die Tatsache, dass nicht einzelne Schönheitstrends, die jeweils variable Modeerscheinungen darstellen, entscheidend sind. Sondern: **Schönheit an sich ist ein Dauertrend** – und zwar gleichermaßen für Männer und Frauen. Die Beschäftigung mit unserer äußeren Attraktivität war, ist und wird immer ein Thema sein. Und das ist weder oberflächlich noch verwerflich, sondern biologisch tief in uns verwurzelt. Oder anders formuliert: Äußere (also oberflächige!) **Schönheit ist ein universeller Wert**, den wir alle mögen und daher gerne wertschätzen und kultivieren dürfen. Nur kann sie niemals und nirgendwo auf der Welt innere Hässlichkeit ausgleichen.

"Man kann Schönheit noch so wort- oder studiengewaltig beschreiben, einfangen kann man sie nicht. Wunderschön ist Schönheit erst, wenn sie ein Geheimnis verbirgt – eine Abweichung von der allzu perfekten Form. Schönheit muss 'reizen'. Das kann so weit gehen, dass die Grenzen zwischen 'schön' und 'hässlich' verschwimmen." (U. Renz)

Die Schönheitsbranche hat demnach **Dauerkonjunktur**, denn sie war und ist ein Dauertrend. Aus wissenschaftlicher Sicht der Attraktivitätsforscher wird sich das auch in Zukunft nicht ändern. Und das ist, so Professor Ulrich Rosar, auch gut so, denn: **"Solange diese Mechanismen so funktionieren, wie sie es tun, darf man sein Äußeres eben nicht vernachlässigen!"** In diesem Sinne gelten zwei Wahrheiten: Ja, Schönheit ist messbar, universell gültig und keine reine Geschmacksfrage. Und Ja, **JEDER Mensch wird schön**, wenn er attraktive Werte und schöne Gedanken besitzt – und wir bereit sind, hinter die Fassade zu schauen. Denn, um mit einem letzten Zitat von Renz zu schließen: **"Manche Schönheit verflüchtigt sich in dem Moment, wo der oder die Schöne den Mund aufmacht."**

Hier geht es zum Interview mit Sylvia Glückert-Fröhler über die "Spa-Trends 2020"

Über unseren Experten Ulrich Rosar:



Universitäts-Professor Dr. Ulrich Rosar

Der studierte Soziologe, Politikwissenschaftler und Psychologe – seit Oktober 2019 Geschäftsführender Direktor des Instituts für Sozialwissenschaften der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf – beschäftigt sich seit vielen Jahren mit den wissenschaftlichen Aspekten der Schönheit. Einer seiner Schwerpunkte in Forschung und Lehre, neben vergleichender empirischer Sozialforschung und politischer Wahlforschung, lautet **Vorurteils- und Ungleichheitssoziologie**. Sein Spezialgebiet ist insbesondere die **Attraktivitätsforschung**.

Kontakt: Universitäts-Professor Dr. Ulrich Rosar, Philosophische Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Lehrstuhlinhaber Soziologie II, Universitätsstr. 1, 40225 Düsseldorf, Tel.: 0211-8115301, Mail: ulrich.rosar@uni-duesseldorf.de, Homepage: www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/soz-rosar/

Newsletter



- aktuelle Themen aus der Branche
- Experteninterviews
- Tipps für Ihren Messebesuch
- jederzeit abbestellbar

Hier anmelden

Links:

Diese Webseite bietet Extras und Zusatzinformationen zum Buch *Schönheit. Eine Wissenschaft für sich* von Ulrich Renz. Es gibt einen Inhaltsüberblick, das Vorwort, eine umfassende Bücher- und Linkliste und vertiefende Informationen rund um das Thema "Attraktivitätsforschung":

- <https://www.schoenheits-formel.de/>

Beautycheck-Studie:

- <http://www.beautycheck.de/cmsms/>

Die Stille Macht der Schönheit:

- <https://www.zeit.de/kultur/2019-12/schoenheitsmarkt-konsum-ideale-hirnforschung-schoenheitschirurgie/>

Wie man Schönheit berechnet:

- <https://www.spektrum.de/news/wie-berechnet-man-schoenheit/793179>

Studie des GWI (Global Wellness Institut) mit Dr. Chatterjee über "beauty and wellness" (auf englisch):

- <https://www.spabusiness.com/index.cfm?pagetype=news&codeID=336239>

Buchtipp:



Schönheit – eine Wissenschaft für sich

Die schöne Kellnerin bekommt mehr Trinkgeld als die weniger schöne, der besser aussehende Politiker erhält mehr Stimmen: Schönheit ist ein Skandal! Aber was eigentlich ist "Schönheit"? Eine Entdeckungsreise in das schillernde Reich der Attraktivitätsforschung bietet das ebenso wissenschaftlich fundierte wie unterhaltsame Buch von Ulrich Renz.

Ulrich Renz, Berlin Verlag, ISBN 978-3827006240 /
Taschenbuch-ISBN: 978-3833305047

Redaktion und Text:

Renja Lüer

Sie möchten Kontakt aufnehmen? Gerne!

- www.wordwell.de

Quelle: Der Beitrag ist am 3. Februar 2020 als Monatsthema auf www.beauty.de erschienen:

https://www.beauty.de/de/Home/Bin_ich_sch%C3%B6n