



Zeigt her eure Falten: Anja Müller spürt in dem Fotoband „Sechzig plus“ die Erotik des Alters auf. Hilde Zemann hat Prominente in großen Abständen fotografiert – Elfriede Jelinek stand 1974 (Mitte) und 2000 vor ihrer Kamera. Foto Müller/Zemann (2)

Sechzig sein, wie fünfzig aussehen und sich wie 45 fühlen

Schönheit hat nichts mit glatter Haut zu tun: In der Werbung und in manchen Köpfen ändert sich vorsichtig das Bild des Alters – Nun gibt es auch eine Miss-Senior-Wahl

Von Monica Fauss

Falten und Erfahrungen sind schön. Es gibt Menschen, die pfeifen auf den Jugendwahn. Sie fordern mehr Sichtbarkeit und tun etwas dafür. „Alte wollen wir wirklich nicht sehen!“ musste sich Susanne Petermann von einigen Journalisten anhören. Doch die Veranstalterin des ersten Schönheitswettbewerbs für reife Damen ließ sich davon nicht beirren. Vor allem das Interesse der Kandidatinnen spornte sie an: 400 Frauen zwischen 49 und 79 Jahren bewarben sich. Tatsächlich wurde die erste Miss-Senior-Wahl im Herbst 2003 in Berlin ein Erfolg. „Über 300 Veröffentlichungen in Print, TV, Online und Radio sind erschienen“, berichtet Petermann. „Und das, ohne auch nur eine einzige Anzeige geschaltet zu haben!“

Die Vorstellungen von Schönheit werden sich ändern

„Grey is beautiful“ schwärmte unlängst der Modezar Wolfgang Joop und prophezeite, dass sich unsere Vorstellungen von Schönheit und Attraktivität ändern werden. Noch aber werden kiloweise Anti-Aging-Cremes in die Haut massiert und viel Geld für Botox-Spritzen und Liftings hingeblickt. Denn es sind die Falten, die das Alter sichtbar machen. „Die Haut ist ein inszeniertes soziales Zeichen“, sagt der Kulturgerontologe Helmut Bachmaier, „es ist das wichtigste Merkmal zur Differenzierung der Generationen“. Der nicht mehr ganz straffe, freie Bauch outet bereits junge Mädchen, wenn sie zu alt für den Teenielook sind, die erste Falte zum dreißigsten Geburtstag führt zu Krise und Kauf der ersten Anti-Aging-Creme.

„Das Forever-Young-Gefühl von fünfzig plus wird die Markenwelt nachhaltig verän-

dern“, prognostiziert der Leiter der „Agentur für Generationenmarketing“, Andreas Reidl. Die Forschungs- und Werbebudgets der Kosmetikindustrie für Fünfzig-plus-Produkte sind enorm. Mit der Angst vor dem Altern wird ein Riesengeschäft gemacht – Tendenz steigend, denn spätestens, wenn die Babyboomer ins Alter kommen, machen die Alten den Großteil der Bevölkerung aus. Und viele fühlen sich – dank Medizin – nicht nur jünger, sie wollen auch entsprechend aussehen.

Alle wollen „sechzig sein, wie fünfzig aussehen und sich wie 45 fühlen“, sagt Eva Leihener, die Marketingexpertin des Kosmetikriesen L'Oréal. Sie weiß, wie schwierig es ist, diese Zielgruppe so anzusprechen, dass sie sich in der Werbung für Haut und Haar wiedererkennt. Unter dem Namen „Grey Chic“ brachte das Beauty-Unternehmen vor fünf Jahren eine graue Tönung auf den deutschen Markt. Die Kampagne war ein Flop: Die Kundinnen konnten sich nicht mit den grauhaarigen Damen der Werbung identifizieren. „Eine der Gründe“, sagt die Marketingleiterin, „liegt darin, dass sie sich lieber jünger, verschönert sehen wollten“.

In der Zwischenzeit hat das Unternehmen aus Tests gelernt: Die Kundinnen wollen vor allem bestätigt bekommen, dass sie voll im Leben stehen. In der Kampagne für die Hautserie „Age Perfect“ zeigt sich die über fünfzigjährige Schauspielerin Dayle Haddon als Großmutter mit Enkel oder mit Freund im Boot. Sie genießt selbstbewusst ihr Leben.

Auch der Kosmetikhersteller Beiersdorf experimentiert seit einem Jahrzehnt mit dem Altersbild seiner Kundinnen. Vor fast zehn Jahren hatte das Unternehmen mit Erfolg Neuland betreten: Für „Nivea Vital“ warb ein weißhaariges Modell. „Viele konnten sich in der über fünfzigjährigen Frau wiedererkennen“, sagt der Konzernsprecher Peter Nebel. „Vorher wurden ältere Frauen indifferent

oder wesentlich jünger dargestellt. Für viele Kundinnen war es ein Stück Befreiung.“ Einen Faktor hält Nebel für entscheidend: „Die Frau ist mitten im Leben. Dies berührt den Grundcode unserer Gesellschaft: Gehörst du dazu oder nicht? Es geht eigentlich um Ausgrenzung, Altersrassismus.“ Offenbar traf Beiersdorf einen Nerv der Zeit und macht mit „Nivea Vital“ den drittgrößten Umsatz auf dem gesamten Gesichtspflegemarkt. „Das Altersbild bewegt sich heute irgendwo zwischen Jugendlichkeit und Alterslosigkeit“, sagt der Konzernsprecher. „Der Trend geht eindeutig zur Alterslosigkeit.“

Alt ist man inzwischen erst jenseits der achtzig

Damit scheint noch heute zu gelten, was Jakob Grimm bereits im Jahr 1860 feststellte: Alt werden wollen alle, aber keiner will es sein. Krankheit und Tod, bisher wie Pech und Schwefel am Bild der Alten klebend, bleiben außen vor. Sie werden hinter die Grenzen der Sichtbarkeit ins hohe Alter über achtzig verschoben. „Es geht ja weiter...“, stellen etwa die Veranstalterinnen der Miss-Senior-Wahlen, alle Mitdreißigerinnen, erleichtert fest, nachdem sie so viele attraktive Kandidatinnen kennen gelernt haben. Sie hätten keine Angst mehr vor dem Alter, sagten die Organisatorinnen, die jetzt auch den ersten deutschlandweiten Schönheitswettbewerb für Seniorinnen planen.

„Wenn der Zauber der Jugend nicht mehr da ist“, erzählt die Fotografin Anja Müller, „muss man sich andere Bewegungen einfallen lassen.“ Für den Fotoband „Sechzig plus – Erotische Fotografien“ saßen fast vierzig alte Menschen vor ihrer Kamera: „Was bei einem jungen Menschen elegisch und verträumt wirkt, kippt bei einem älteren schnell um in Verbitterung und Verschlussenheit“, sagt die

29-jährige Fotografin, weshalb sie Neues ausprobierete. Heraus kam ein Fotoband, in dem sie der Attraktivität der gealterten Gesichter und Körper nachspürt. Ihre „Modelle“ sind Menschen, denen man das Altern ansieht und die dazu stehen. Dennoch: „Nicht jedem fiel es leicht, die Spuren seines Alters in den Fotos zu akzeptieren“, erzählt die Fotografin, „aber es war den Porträtierten sehr wichtig, endlich sichtbar zu werden.“

So geht es auch der Miss-Senior-Kandidatin Ilka-Maria Pollak-Grau: „Mir ist es egal, ob ich Miss Senior werde“, sagt die 62-Jährige. „Mir geht es darum aufzurufen: Macht was! Altern fängt im Kopf an. Ich bin die Vorhut.“ Die Schönheit ihrer Kandidatinnen habe nichts mit Hautglätte oder Bikinifigur zu tun, sagt Susanne Petermann, die Veranstalterin der Misswahl, sondern mit innerer Einstellung: „Die Damen leben alle ganz unabhängig vom Alter!“

Auch die Fotografin Anja Müller stellt fest: „Die Schönheit und Erotik der Alten hängt nicht mit einer glatten Haut zusammen, sondern mit Lebendigkeit, Regsamkeit und Charme, dem Ausdruck ihrer Persönlichkeit.“ Die Forschung konkretisiert das: Gelungenes Altern, Ausstrahlung und Schönheit könne man erlangen, wenn man gelernt habe, Grenzen und Möglichkeiten anzuerkennen, so die 77-jährige Altersexpertin Ursula Lehr. Vor allem negative Erfahrungen müssten in ein positives Selbstbild integriert werden. Ein lebenslanger Prozess, der schon in jungen Jahren gelehrt werden muss. „Gerade Frauen mangelt es aber oft an einem positiven Selbstbild“, sagt die Gerontologin.

Die Literaturwissenschaftlerin Hannelore Schlaffer stellt in ihrem Band „Das Alter“ fest, dass es im Alter „zwei Kulturen“ gibt. Sie beklagt, dass Frauen keine Vorbilder des Alterns finden, die jenseits vom Bild der Mutter oder Großmutter liegen, und stellt

resigniert fest: „Es gibt keine alternde Venus.“ Oder etwa doch?

„Es werden mehrere Generationen nötig sein, bis ein neues Altersbild Bestandteil des Bewusstseins wird“, sagt der Soziologe Thomas Druyen, der Autor des Buches „Olymp des Lebens – Das neue Bild des Alters“. Zu einem Wandel könnte etwa der Fotoband „Lebenslinien“ beitragen: Die 75-jährige Fotografin Hilde Zemann porträtierte Prominente im Abstand von zwanzig bis dreißig Jahren. „Diese Frauen und Männer sind durchgestoßen zu sich selbst“, sagt Sybil Gräfin Schönfeldt im Vorwort. In den gealterten Gesichtern erkenne man, „was es gekostet hat, aber auch, was dadurch gewonnen wurde“.

■ Anja Müller, „Sechzig plus – Erotische Fotografien“, Konkursbuchverlag, 24,90 Euro.
Hilde Zemann: „Lebenslinien – Gesichter durch die Zeit“, Mit einem Vorwort von Sybil Gräfin Schönfeldt, Knesebeck, 39,90 Euro.

Bewerbung

Die erste Wahl zur Miss Senior Deutschland ist für das Frühjahr 2005 geplant. Nach den Regionalwahlen in den einzelnen Bundesländern wird die Siegerin von einer prominent besetzten Jury in Berlin gewählt und gekürt. Bewerben können sich Frauen von 59 Jahren an unabhängig von Gewicht, Herkunft oder Wohnort. Einzig die Einstellung zum Leben und die persönliche Ausstrahlung sind bei der Auswahl entscheidend.

Bewerbungen mit persönlicher Vorstellung und Foto an: Medienturm, Hohenzollerndamm 130, 14199 Berlin, Telefon: 0 30 / 8 82 50 10, E-Mail: info@medienturm.net, Internet: www.miss-senior.net.