

Pressespiegel - Online



foto: frauenservice.graz

Die Sujets der Serie "Alte Schachtel?" werden in Graz künftig u.a. auf Plakatständern zu sehen sein.

foto: frauenservice.graz

Von "Idealalten" und "Alten Schachteln"

12. November 2013, 13:55

Eine Grazer Fotoaktion des Frauenservice bricht mit Schönheitskitschees im Alter

Graz - Gängige Schönheitskitschees basieren auf dem Paradigma der Jugendlichkeit. Solche Leitbilder, die von einem Ablaufdatum der weibliche Schönheit ausgehen, können auf alternde Frauen nicht nur kränkend, sondern krankmachend wirken, sagt das Frauenservice Graz. Seine Plakataktion "Alte Schachtel?" gibt mit alternativen Bildern von Frauen im Alter 50+ Anstöße zur Reflexion über tradierte Kitschees.

MEHR ZUM THEMA
ALTERNATIVE: IP, Services und Lösungen von next layer Werbung

Verzweifeln am Idealbild

Ob traditionelle Zuschreibungen der Köchin, Großmutter oder Hausfrau oder neue Rollenbilder wie das der ewig jungen, sportlichen Dame in jugendlicher Pose mit geglätteten Falten und getrimmten Haar: "Solche Sujets der sogenannten "dynamischen Silver Ager" oder "Idealalte" repräsentieren ein Vorbild, dem die meisten älteren Frauen aufgrund ihrer altersbedingten körperlichen Veränderungen kaum entsprechen können", so Projektleiterin Djamila Rieger vom Frauenservice Graz.

Die tradierten und medial transportierten Bilder von weiblicher Schönheit setzen jedoch alternde Frauen einem starken Druck aus. Aber auch bei jungen Mädchen kratzen die ästhetischen Vorgaben am Selbstbewusstsein, so Rieger. Am Dienstag hat sie eine Kampagne mit dem provokativen Titel "Alte Schachtel?" präsentiert.

Fotoprojekt mit echten Modellen

Es sind Porträtaufnahmen von selbstbewusst in die Kamera blickenden Frauen, denen das Leben durchaus Spuren ins Gesicht gezeichnet hat. Zuvor hat das Frauenservice in einem öffentlichen Aufruf Frauen ab 45 gesucht, die sich mit der Thematik auseinandersetzen und selbst als Vorbild für alternative Schönheitsbilder zur Verfügung stellen wollten. An die 120 Frauen hätten sich gemeldet, 32 haben letztlich in Workshops intensiv über Alter und Schönheit reflektieren können und in der Gruppe einen selbstbewussten Zugang zu sich selbst entwickelt, so Rieger.

Entstanden sind die Porträts in Kooperation mit Studierenden der FH Joanneum - Informationsdesign. "Der bewusst provokant gewählte Text mit der zuletzt diskriminierenden Phrase aus dem Volksmund wird hoffentlich zum Nachdenken anregen", so eine Studentin. Die Bilder werden im Raum Graz als Plakate auf Dreieckständern und in Auslagen zu sehen sein und landesweit als Freecards zur kostenlosen Entnahme aufliegen. (APA, 12.11.2013)

Aktuelles Wetter in Graz

<http://diestandard.at/1381371647791/Idealalte-sind-auch-nicht-viel-besser>
(abgerufen am 12.11.2013)

Koordination:

in Kooperation mit:

gefördert von:



Grazer Plakataktion bricht mit Schönheitsklischees

Aktion "Alte Schachtel?" des Frauenservice Graz gibt mit alternativen Bildern von Frauen im Alter 50+ Anstöße zur Reflexion über Klischees.



Foto © Gernot Eder

Gängige Schönheitsklischees basieren auf dem Paradigma der Jugendlichkeit. Solche Leitbilder, die von einem Ablaufdatum der weibliche Schönheit ausgehen, können auf alternde Frauen nicht nur kränkend, sondern krankmachend wirken, meint das Frauenservice Graz. Seine Plakataktion "Alte Schachtel?" gibt mit alternativen Bildern von Frauen im Alter 50+ Anstöße zur Reflexion über tradierte Klischees. Ob traditionelle Zuschreibungen der Köchin, Großmutter oder Hausfrau oder neue Rollenbilder wie das der ewig jungen, sportliche Dame in jugendlicher Pose mit geglätteten Falten und getrimmten Haar: "Solche Sujets der sogenannten "dynamischen Silver Ager" oder "Idealalte" repräsentieren ein Vorbild, dem die meisten älteren Frauen aufgrund ihrer altersbedingten körperlichen Veränderungen kaum entsprechen können", so Projektleiterin Djamila Rieger vom Frauenservice Graz.

Schönheit

Die tradierten und medial transportierten Bilder von weiblicher Schönheit setzen jedoch alternde Frauen einem starken Druck aus. Aber auch bei jungen Mädchen, die zunehmend bereits sind, sich Schönheitsoperationen zu unterziehen, kratzen die ästhetischen Vorgaben am Selbstbewusstsein, so Rieger. Am Dienstag hat sie eine Kampagne mit dem provokativen Titel "Alte Schachtel?" präsentiert.

Es sind Porträtaufnahmen von selbstbewusst in die Kamera blickenden Frauen, denen das Leben durchaus Spuren ins Gesicht gezeichnet hat. Zuvor hat das Frauenservice in einem öffentlichen Aufruf Frauen ab 45 gesucht, die sich mit der Thematik auseinandersetzen und selbst als Vorbild für alternative Schönheitsbilder zur Verfügung stellen wollten. An die 120 Frauen hätten sich gemeldet, 32 haben letztlich in Workshops intensiv über Alter und Schönheit reflektieren können und in der Gruppe einen selbstbewussten Zugang zu sich selbst entwickeln, so Rieger.

Entstanden sind die Porträts in Kooperation mit Studierenden der FH Joanneum - Informationsdesign. "Der bewusst provokant gewählte Text mit der zutiefst diskriminierenden Phrase aus dem Volksmund wird hoffentlich zum Nachdenken anregen", so eine Studentin. Die Bilder werden im Raum Graz als Plakate auf Dreieckständern und in Auslagen zu sehen sein und landesweit als Freecards zur kostenlosen Entnahme aufliegen.

http://www.kleinezeitung.at/steiermark/graz/graz/3465102/grazer-plakataktion-bricht-schoenheitsklischees.story_(abgerufen am 12.2.2013)

Salzburg24.at → Österreich → Grazer Plakataktion bricht mit Schönheitsklischees

12. November 2013 13:16; Akt.: 12. November 2013 13:21;

Empfehlen 0

Grazer Plakataktion bricht mit Schönheitsklischees

Gängige Schönheitsklischees basieren auf dem Paradigma der Jugendlichkeit. Solche Leitbilder, die von einem Ablaufdatum der weiblichen Schönheit ausgehen, können auf alternde Frauen nicht nur kränkend, sondern krankmachend wirken, meint das Frauenservice Graz. Seine Plakataktion „Alte Schachtel?“ gibt mit alternativen Bildern von Frauen im Alter 50+ Anstöße zur Reflexion über tradierte Klischees.

0

Empfehlen

0

Twittern

0

+1

per E-Mail

Zum Thema

Kommentieren

Link senden

Fotos/Videos senden

Korrektur melden

Ob traditionelle Zuschreibungen der Köchin, Großmutter oder Hausfrau oder neue Rollenbilder wie das der ewig jungen, sportlichen Dame in jugendlicher Pose mit geglätteten Falten und getrimmtem Haar: „Solche Sujets der sogenannten „dynamischen Silver Ager“ oder „Idealalte“ repräsentieren ein Vorbild, dem die meisten älteren Frauen aufgrund ihrer altersbedingten körperlichen Veränderungen kaum entsprechen können“, so Projektleiterin Djamila Rieger vom Frauenservice Graz.

Die tradierten und medial transportierten Bilder von weiblicher Schönheit setzen jedoch alternde Frauen einem starken Druck aus. Aber auch bei jungen Mädchen, die zunehmend bereits sind, sich Schönheitsoperationen zu unterziehen, kratzen die ästhetischen Vorgaben am Selbstbewusstsein, so Rieger. Am Dienstag hat sie eine Kampagne mit dem provokativen Titel „Alte Schachtel?“ präsentiert.

Es sind Porträtaufnahmen von selbstbewusst in die Kamera blickenden Frauen, denen das Leben durchaus Spuren ins Gesicht gezeichnet hat. Zuvor hat das Frauenservice in einem öffentlichen Aufruf Frauen ab 45 gesucht, die sich mit der Thematik auseinandersetzen und selbst als Vorbild für alternative Schönheitsbilder zur Verfügung stellen wollten. An die 120 Frauen hätten sich gemeldet, 32 haben letztlich in Workshops intensiv über Alter und Schönheit reflektieren können und in der Gruppe einen selbstbewussten Zugang zu sich selbst entwickeln, so Rieger.

Entstanden sind die Porträts in Kooperation mit Studierenden der FH Joanneum – Informationsdesign. Die Bilder werden im Raum Graz als Plakate auf Dreieckständern und in Auslagen zu sehen sein und landesweit als Freecards zur kostenlosen Entnahme aufliegen.

http://www.salzburg24.at/grazer-plakataktion-bricht-mit-schoenheitsklischees/apa-s24_1415555868_- (abgerufen am 12.2.2013)

„Alte Schachtel?“ - Kampagne gegen Klischees

Eine Plakataktion des Grazer Frauenservice zeigt, dass es auch anders geht: Mit alternativen Bildern von Frauen im Alter 50+ werden per Plakataktion gängige Klischees über das Altern und die Schönheit in Frage gestellt.

Sendungshinweis:

„Guten Morgen Steiermark“,
13.11.2013

Die üblichen Schönheitsklischees basieren auf dem Paradigma der Jugendlichkeit. Doch solche Leitbilder, die von einem Ablaufdatum der weiblichen Schönheit ausgehen, können auf alternde Frauen nicht nur kränkend, sondern krankmachend wirken.

Darauf weist das Frauenservice Graz hin - und hat deshalb eine Plakataktion unter dem Motto „Alte Schachtel?“ gestartet, die mit alternativen Bildern von Frauen im Alter 50+ Anstöße zur Reflexion über tradierte Klischees gibt.

Viele können Bild der „idealen Alten“ nicht erfüllen

Ob traditionelle Zuschreibungen der Köchin, Großmutter oder Hausfrau - oder auch neue Rollenbilder, wie das der ewig jungen, sportlichen Dame in jugendlicher Pose mit geglätteten Falten und getrimmtem Haar: „Solche Sujets der sogenannten ‚dynamischen Silver Ager‘ oder ‚Idealalten‘ repräsentieren ein Vorbild, dem die meisten älteren Frauen aufgrund ihrer altersbedingten körperlichen Veränderungen kaum entsprechen können“, so Projektleiterin Djamilia Rieger vom Frauenservice Graz.

Frauenservice Graz



Motive mit alternativen Frauenbildern gehören zur Kampagne.

Schönheits-Druck nicht nur bei Jungen

Die tradierten und medial transportierten Bilder von weiblicher Schönheit setzen jedoch alternde Frauen einem starken Druck aus. Aber auch bei jungen Mädchen - die zunehmend bereits sind, sich Schönheitsoperationen zu unterziehen - kratzen die ästhetischen Vorgaben am Selbstbewusstsein, so Rieger.

Plakatkampagne zeigt Lebensspuren

Es sind Porträtaufnahmen von selbstbewusst in die Kamera blickenden Frauen, denen das Leben durchaus Spuren ins Gesicht gezeichnet hat. Zuvor hatte das Frauenservice in einem öffentlichen Aufruf Frauen ab 45 gesucht, die sich mit der Thematik auseinandersetzen und sich selbst als Vorbild für alternative Schönheitsbilder zur Verfügung stellen wollten. An die 120 Frauen hätten sich gemeldet, so Rieger. 32 davon hätten letztlich in Workshops

intensiv über Alter und Schönheit reflektieren können und in der Gruppe einen selbstbewussten Zugang zu sich selbst entwickelt.

Zusammenarbeit mit Design-Studierenden

Entstanden sind die Porträts in Kooperation mit Studierenden des Studiengangs Informationsdesign an der FH Joanneum. „Der bewusst provokant gewählte Text mit der zutiefst diskriminierenden Phrase aus dem Volksmund wird hoffentlich zum Nachdenken anregen“, so eine Studentin. Die Bilder werden im Raum Graz als Plakate auf Dreieckständern und in Auslagen zu sehen sein sowie landesweit als Freecards zur kostenlosen Entnahme aufliegen.

Link:

- Frauenservice Graz
- FH Joanneum (Informationsdesign)

12.11.2013

mehr Steiermark-News

steiermark ORF.at

Übersicht

Ostereich » Steiermark

» Radio Live

„Alte Schachtel?“ - Kampagne gegen Klischees

Eine Plakataktion des Grazer Frauenservice zeigt, dass es auch anders geht: Mit alternativen Bildern von Frauen im Alter 50+ werden per Plakataktion gängige Klischees über das Altern und die Schönheit in Frage gestellt.

Die üblichen Schönheitsklischees basieren auf dem Paradigma der Jugendlichkeit. Doch solche Leitbilder, die von einem Ablaufdatum der weiblichen Schönheit ausgehen, können auf alternde Frauen nicht nur kränkend, sondern krankmachend wirken. Darauf weist das Frauenservice Graz hin - und hat deshalb eine Plakataktion unter dem Motto „Alte Schachtel?“ gestartet, die mit alternativen Bildern von Frauen im Alter 50+ Anstöße zur Reflexion über tradierte Klischees gibt.

Viele können Bild der „idealen Alten“ nicht erfüllen

Ob traditionelle Zuschreibungen der Köchin, Großmutter oder Hausfrau - oder auch neue Rollenbilder, wie das der ewig jungen, sportlichen Dame in jugendlicher Pose mit geglätteten Falten und getrimmtem Haar: „Solche Sujets der sogenannten ‚dynamischen Silver Ager‘ oder ‚Idealalten‘ repräsentieren ein Vorbild, dem die meisten älteren Frauen aufgrund ihrer altersbedingten körperlichen Veränderungen kaum entsprechen können“, so Projektleiterin Djamilia Rieger vom Frauenservice Graz.

Schönheits-Druck nicht nur bei Jungen

Die tradierten und medial transportierten Bilder von weiblicher Schönheit setzen jedoch alternde Frauen einem starken Druck aus. Aber auch bei jungen Mädchen - die zunehmend bereits sind, sich Schönheitsoperationen zu unterziehen - kratzen die ästhetischen Vorgaben am Selbstbewusstsein, so Rieger.

Plakatkampagne zeigt Lebensspuren

Es sind Porträtaufnahmen von selbstbewusst in die Kamera blickenden Frauen, denen das Leben durchaus Spuren ins Gesicht gezeichnet hat. Zuvor hatte das Frauenservice in einem öffentlichen Aufruf Frauen ab 45 gesucht, die sich mit der Thematik auseinandersetzen und sich selbst als Vorbild für alternative Schönheitsbilder zur Verfügung stellen wollten. An die 120 Frauen hätten sich gemeldet, so Rieger. 32 davon hätten letztlich in Workshops intensiv über Alter und Schönheit reflektieren können und in der Gruppe einen selbstbewussten Zugang zu sich selbst entwickelt.

Zusammenarbeit mit Design-Studierenden

Entstanden sind die Porträts in Kooperation mit Studierenden des Studiengangs Informationsdesign an der FH Joanneum. „Der bewusst provokant gewählte Text mit der zutiefst diskriminierenden Phrase aus dem Volksmund wird hoffentlich zum Nachdenken anregen“, so eine Studentin. Die Bilder werden im Raum Graz als Plakate auf Dreieckständern und in Auslagen zu sehen sein sowie landesweit als Freecards zur kostenlosen Entnahme aufliegen.

Link:

- Frauenservice Graz
- FH Joanneum (Informationsdesign)

<http://steiermark.orf.at/m/news/stories/2614406/> - (abgerufen am 12.2.2013)

Pressespiegel – Hörfunk

- **Beitrag von Andreas Meinhart in Radio Soundportal**
gesendet am 13.11.2013
https://www.dropbox.com/s/5u6lywriqy4tb5q/13-11-12_SoundPortal.mp3
- **Beitrag von Claudia Rath in ORF Radio Steiermark**
gesendet am 14.11.2013
https://www.dropbox.com/s/wc4kkzybcm075dp/13-11-14_ORF2_Radio__Beitrag.mp3
- **Gespräch mit Vilja Neuwirth in Radio Helsinki - Querbeet**
live übertragen am 22.1.2014
<https://www.dropbox.com/s/m8vbx2wqzu7jav6/2014-01-22-RadioHelsinki.mp3>

Pressespiegel – Print

Woche, 6. 11. 2013

Falten im Gesicht und graue Haare – na und?

Schön mit 50+: Eine Plakat-Kampagne des Frauenservice, unterstützt von der WOCHEN, rückt Frauen im Alter in den Fokus.

elisabeth.poetler@woche.at

• Jungliches Aussehen für reife Haut: Das verspricht eine Gesichtscrème laut Werbung. Egal, ob es stimmt oder nicht: Warum bitteschön soll reife Haut nicht reif aussehen?

Eine Frage, die sich Maria O. kopfschüttelnd stellt. Die Grazerin geht nun, gemeinsam mit drei anderen Frauen im Alter von 54 bis 65 Jahren in die Offensive: Ihre Gesichter sind in Großaufnahme – unretouchiert und natürlich – auf Plakaten zu sehen, daneben prangt die provokante Frage „Alte Schachtel?“.

Betrachten kann man die Plakatserie ab nächster Woche in der Grazer Innenstadt. Was dahintersteckt: Das Projekt „ALTERnative Schönheit“ des Frauenservice Graz mit dem Frauengesundheitszentrum und Studentinnen der FH Joanneum, unterstützt von der WOCHEN Graz.

Retouchierte Models

Der Hintergrund: Was sich als Vertreterinnen der weiblichen Spezies üblicherweise auf Plakaten tummelt, ist – gelinde gesagt – wenig repräsentativ. Perfekte Gesichter und Körper suggerieren vor allem eines: absolute Jugendlichkeit. „Frauen im Alter über 50 sind kaum präsent und wenn, dann nur in sehr eingeschränkten Rollen: Etwa als gutmütige Oma oder als Pflegefall“, sagt Djamila Rieger vom Frauenservice Graz. Die Kampagne will nun ein realistisches Bild



„Ältere Frauen sind in den Medien kaum präsent und wenn, dann in beschränkten Rollen“

DJAMILA RIEGER, FRAUENSERVICE

von Frauen in den Fokus rücken – mit allen Veränderungen, die das Alter mit sich bringt.

„Warum gelten weiße Haare bei Männern als interessant, aber nicht bei Frauen?“, fragt sich etwa Heidi W., ebenfalls eines der vier Plakatmodels. In Workshops unter der Leitung von Rieger haben sie Klischees über die Schönheit, das Altern und ihr Selbstbild genau unter die Lupe genommen. Was die Teilnehmerinnen gelernt haben: sich frei zu machen von dem Wunsch einem unrealistischen Ideal zu entsprechen. Eine Erkenntnis: Auch die Fo-

tos von jungen Models werden nachträglich am Computer verschönert. „Wenn sich 60-jährige Frauen, sich mit ihren vermeintlichen Makeln zu präsentieren, soll das auch 20-jährigen Mut machen zu ihrem Körper zu stehen, so wie er ist“, meint Rieger. „Es geht darum zu zeigen: Schaut her! So sehen wir aus und das ist gut so“, sagt Heidi W.

Entworfen haben die Plakate Design-Studenten der FH Joanneum. „Auch sie haben einen anderen Blickwinkel auf das Thema bekommen“, so Rieger.

Was Falten erzählen

Das Projekt „ALTERnative Schönheit“ wird bis Mitte 2014 laufen. Folgen wird etwa auch eine Fotoserie mit dem Namen „Faltengeschichten“. Jede Falte im Gesicht wird dabei mit Pfeil einem Erlebnis zugeordnet etwa: „vom Sommer 1968“.



„Alte Schachteln?“: Die Grazerinnen Maria O. und Heidi W. wollen Schönheit und Alter in Einklang bringen.

Ein schöner Aufwand: Um gut auszusehen, braucht man Zeit – oder wie sehen Sie das? bilderbox.at

Von Klischees und Körperkult

• Rank und schlank, superfit, dauer-sexy, mit ewiger Pfirsich-Haut ausgestattet: Welches Schönheitsideal geht Ihnen eigentlich auf die Nerven? Was bedeutet Schönheit in Ihren Augen überhaupt? Und: Kennen Sie eine Person, die nicht den gängigen Idealen entspricht und dennoch wunderschön ist?

Begleitend zur Kampagne „ALTERnative Schönheit“ (siehe links) lädt die „WOCHEN“ zur Diskussion rund um Körper und Kult: Schreiben Sie uns auf unserer Facebook-Seite <https://www.facebook.com/wochegraz>



Falter, 6.11.2013

WORÜBER GRAZ ...

... REDEN SOLLTE:
„Alte Schachteln“?



Ältere Frauen kommen in öffentlichen Debatten entweder überhaupt nicht vor oder aber negativ und zum Klischee verzerrt. Daran will das Frauenservice-Projekt ALTERnative Schönheit rütteln

Kleine Zeitung, 13.11.2013

KLEINE ZEITUNG
MITTWOCH, 13. NOVEMBER 2013

Frauen – ohne Botox und ohne Retusche

„Alte Schachtel?“. Kampagne bricht mit Klischees.

GRAZ. Sie sind zwischen 54 und 65, ihr Leben hat Spuren in ihr Gesicht gezeichnet, ihr Blick ist selbstbewusst: Eine neue Kampagne des Frauenservice Graz holt vier Frauen als Role Models vor den Vorhang. „Ohne Botox und Retusche“, wie Projektleiterin Djamila Rieger betont. Provokativer Slogan dazu: „Alte Schachtel?“ Bis Ende Jänner werden 60 Plakate im Raum Graz zu sehen sein. „Wir wollen ältere Frauen sichtbar machen, an der klischeehaften Darstellung rütteln und zur eigenen Schönheit ermutigen“, sagt Rieger.

Maria O. ist eine davon. „Ich bin stolz, den Mut aufgebracht zu haben und mich zu zeigen, so wie ich einfach bin.“ Denn innerlich fühle sie sich viel jünger, als nach außen hin sichtbar. Heidi W., die auch abgelichtet worden ist, sagt: „Ich bin gestärkt worden.“ Die Kampagne, die sich bewusst von der gängigen Darstellung älterer Frauen als Großmutter, Köchin oder aber ewig junger sportlicher Dame mit getrimmtem Haar positioniert, ist von Informationsdesign-Studenten an der FH Joanneum entwickelt worden – unter Beratung des Frauengesundheitszentrums.

www.frauenservice.at

JULIA SCHAFFERHOFER



Alte Schachtel? fragt eine Kampagne, die Frauen 50 plus zeigt EDER

Woche, 13.11.2013

Schön im Alter: Frauen über 50 auf der Bildfläche

● Egal ob in Magazinen oder TV-Spots: Sie werden einem oft unter die Nase gehalten – Bilder, die zeigen, wie Frau auszusehen hat. So, wie ein Model, an dem jeder vermeintliche Mini-Makel retuschiert wurde – suggerieren sie. In der Grazer Innenstadt sieht man ab heute andere Bilder: Plakate von echten Frauen. Es sind vier Grazerinnen im Alter über 50 Jahren in Nahaufnahme, gespickt

mit der provokanten Frage „Alte Schachtel?“ Die Plakate gehören zur Kampagne „ALTERnative Schönheit“ vom Frauenservice Graz mit dem Frauengesundheitszentrum und der FH Joanneum, unterstützt vom Land Steiermark und der WOCHEN Graz. „Wir wollen ältere Frauen in den Fokus rücken und dazu anregen über Schönheitseideale nachzudenken“, sagt Djamila Rieger vom Frauenservice.



Diese zwei Grazerinnen Heidi W. und Maria O. sind den Lesern der WOCHEN schon bekannt.



Ab heute sind sie auf den Plakaten des Projektes „ALTERnative Schönheit“ zu sehen.

Presse am Sonntag, 17.11.2013



Diskriminiert? Die Über-60-Jährigen wollen nicht länger als hilfsbedürftig und demografische Zeitbomben hingestellt werden. **Seite 36**

Aufstand der Alten

Ältere Menschen werden oft als hilfsbedürftige Kranke, verwirrte Omas und Opas oder gar als »demografische Zeitbomben« wahrgenommen. Gegen die vielen Formen der **Altersdiskriminierung** regt sich nun zunehmend Widerstand.

➔ VON ERICH KOCINA UND TERESA SCHAUR-WÜNSCH

Alte Schachtel.“ Es ist diese wenig charmante Zuschreibung, die derzeit in Graz auf Plakaten und Freecards zu sehen ist – mit Frauen über 50, die ihr Gesicht mit der einen oder anderen Falte ganz selbstbewusst gemeinsam mit diesem Slogan ablichten lassen. Die Aktion des Frauenservice Graz in Kooperation mit FH-Studierenden richtet sich gegen das aktuelle gesellschaftliche Leitbild, dass weibliche Schönheit ein Ablaufdatum hat – und gegen traditionelle Zuschreibungen für alte Frauen, sei es das der ältlichen Oma oder umgekehrt der ewig jungen, sportlichen Dame mit geglätteten Falten.

Die Aktion „Alte Schachtel?“ steht aber auch stellvertretend für eine neue Welle der Bewusstseinsbildung, die in der westlichen Gesellschaft zunehmend bemerkbar wird: den Kampf ge-

gen die Diskriminierung der Alten. Gegen Rassismus und Ausländerfeindlichkeit laufen seit Jahren Sensibilisierungskampagnen – vor allem auf sprachlicher Ebene hat sich hier auch schon ein starkes Bewusstsein gebildet, „Neger“ sagt man heute etwa einfach nicht mehr. Auch in Sachen Geschlechtergerechtigkeit gab es zahlreiche Initiativen und Versuche – die jüngere Generation verwendet etwa das Binnen-I schon ganz selbstverständlich. Und so wie Minderheiten und Migranten diskriminierende Sprache und Verhaltensweisen aufzeigen, wie Frauen Rollenklischees hinterfragen, melden sich nun auch zunehmend ältere Menschen zu Wort.

Der dazugehörige Begriff „Altersdiskriminierung“, oder auch „Ageism“, betrifft zwar nicht zwangsläufig nur alte Menschen – auch der „junge Hüpf-

fer“, das Suggestieren von Jugend mit Infantilität und Naivität, fällt darunter. Doch kommt der zunehmende Widerstand gegen Diskriminierung wegen des Alters vorrangig vonseiten der älteren Generation. Was schon allein demografisch begründet ist – schließlich nimmt die Zahl der älteren Menschen deutlich zu. Und das obere Drittel der Alterspyramide – die eigentlich längst keine Pyramidenform mehr hat – ist ökonomisch stark und hat auch eine deutlich stärkere Lobby.

2,2 Millionen Senioren. Das Bundes-Seniorengesetz fasst unter dem Begriff „Senioren“ all jene Menschen zusammen, die eine Pension, gleichgültig welcher Art, beziehen oder die als Frau das 55. und als Mann das 60. Lebensjahr vollendet haben. Geht man nach dieser Definition, gibt es in Österreich derzeit rund 2,2 Millionen Senioren (s. Grafik) – das ist mehr als ein Viertel der österreichischen Bevölkerung. Eine Gruppe, deren Interessen politisch vom Österreichischen Seniorenrat vertreten werden – der sich in großkoalitionärer Übung vorrangig aus dem roten Pensionistenverband und dem schwarzen Seniorenbund zusammensetzt.

Neben dem Lobbying für die Interessen der älteren Menschen in Ver-

Der Aufstand gegen den Seniorenteller



Hannes Lewinski (61) und Charlotte Faist (72) fühlen sich nicht so alt, wie sie sich laut Klischee in ihrem Alter eigentlich fühlen müssten.
/// Katharina Rollboth

handlungen mit Regierung und politischen Organisationen versuchen Seniorenvertreter auch zunehmend, das Bild zu verändern, das in großen Teilen der Öffentlichkeit und den Medien vorherrscht.

„In einem Interview hat Rechnungshof-Präsident Josef Moser die Kosten für Zinsen und Staatsschulden mit den Kosten für die Pensionen unter dem Begriff ‚vergangenheitsbezogene Kosten‘ zusammengezählt“, klagt Susanne Walpitscheker, stellvertretende Generalsekretärin des Seniorenbundes. „Das ist besonders diskriminierend – denn von dem Geld bestreiten heutige Pensionisten ihren Lebensunterhalt. Was bitte ist daran vergangenheitsbezogen?“ Auch mediale Schlagworte wie „explodierende Alterungskosten“ oder „demografische Zeitbombe“ stoßen ihr sauer auf. Alte Menschen dürften nicht immer nur als Belastung betrachtet werden. Noch dazu, da ältere Menschen zunehmend aktiv seien. Und ja, Hilfe und Pflege sind teuer – doch nur die wenigsten Senioren würden sie auch tatsächlich brauchen.

Abgesehen davon habe Österreich ein solidarisches Gesundheitssystem, das Risiken im gesamten Lauf des Lebens ausgleichen soll.





„Als Junger braucht man es wenig, dann wird es teurer, wenn man Kinder bekommt. Dann kommt lange wieder nichts – und im Alter beginnen die Kosten eben zu steigen“, sagt Walpitscheker. Doch dürfe man das den Alten nicht vorwerfen.

Fakt ist allerdings auch, dass das solidarische System es nicht mehr komplett schafft, alle Kosten abzudecken – so muss der Bund etwa zu den Pensionen aus dem Budget derzeit rund zehn Milliarden Euro zuschießen.

Es sind aber nicht nur die Debatten um das Geld, es geht auch zunehmend um die Darstellung alter Menschen. So widmet sich etwa die Kommunikationswissenschaft immer stärker dem Thema Alter in den Medien (s. Interview unten) – von klischeehaften Fotos gebrechlicher und pflegebedürftiger Menschen bis zu Begrifflichkeiten wie

Die skurrilen Aussagen von Frank Stronach wurden oft nur auf sein Alter zurückgeführt.

„Mords-Oma“, die alten Menschen das Prädikat „skurril“ umhängen. Zuletzt fällt sogar der Österreichische Presseclub das Urteil, dass Parteigründer Frank Stronach als „verwirrter Opa“ bezeichnet werden darf. Wobei Seniorenvertreter kritisieren, dass die zum Teil skurrilen Aussagen des 81-jährigen Austrokanadiers nicht etwa auf fehlende Erfahrung mit der österreichischen Innenpolitik, sondern ausschließlich auf sein Alter zurückgeführt werden.

Diskriminierung erleben ältere Menschen aber auch abseits der sprachlichen Ebene. Etwa bei ganz all-

täglichen Verrichtungen wie einem Gang zur Bank oder dem Einkauf. „Ältere Menschen haben mehr Probleme, Automaten zu bedienen oder Banküberweisungen im Foyer zu betätigen“, sagt Christine Kneschar. Die Psychologin betreibt mit Generationen-Consulting ein Unternehmen, das die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Auswirkungen einer alternden Gesellschaft untersucht. Gerade die zunehmende Automatisierung, sagt sie, sei ein Problem für viele ältere Menschen. Der persönliche Kontakt, die persönliche Betreuung, die sie gern hätten, seien oft einfach nicht mehr vorgesehen.

Alte würden oft auch nicht ernst genommen: „Wir haben eine Studie gemacht, bei der ältere Menschen Smartphones kaufen sollten. Bei technischen Fragen sind sie meist belächelt worden – oder man hat ihnen gesagt, ihre Enkel sollten ihnen doch weiterhelfen.“ Ein Angebot, dass die Leute bei Fragen wieder ins Geschäft kommen sollten, habe es nicht gegeben.

Als diskriminierend erlebt werden allerdings auch Angebote, die speziell an Senioren gerichtet sind. Zwar hätten etwa in Gasthäusern viele Senioren den Wunsch, kleinere Portionen zu bestellen. Doch einen Seniorenteller zu bestellen falle vielen von ihnen schwer. Die Stoßrichtung vieler Seniorenvertreter geht hier in Richtung „Design for all“ – also Angebote, die nicht nur die Bedürfnisse von Senioren, sondern auch von anderen Gruppen erfüllen. Was beim Essen etwa bedeuten könnte, dass man statt des Seniorentellers einfach eine halbe Portion bestellen kann. Das könnten dann ja auch Eltern für ihre Kinder bestellen. Oder auch Menschen, die gerade nicht so großen Hunger haben.

» Alt sein heißt nicht unbedingt, dass man schwach und krank ist. «

CHARLOTTE FAIST

72-jährige Mitarbeiterin bei „Vollpension“

» Begriffe wie ‚explodierende Alterskosten‘ sind extrem diskriminierend. «

SUSANNE WALPITSCHEKER

Stellvertretende Generalsekretärin des Seniorenbunds

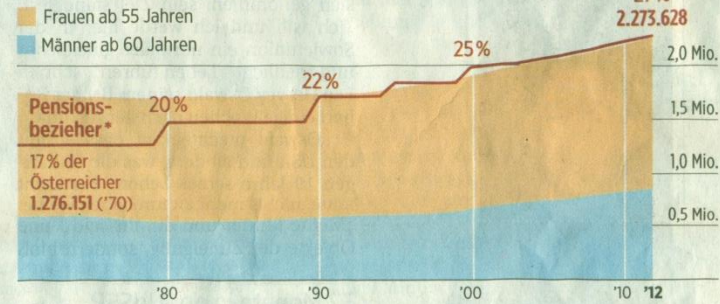
Es muss aber nicht immer nur das Aufzeigen diskriminierender Verhaltensweisen sein – es gibt auch Projekte, die ältere Menschen einfach machen lassen und so das Bild der Alten positiv prägen. Charlotte Faist und Hannes Lewinski sind zwei Senioren, die genau an einem solchen Projekt mitwirken – die 72-Jährige und der 61-Jährige arbeiten in der „Vollpension“. Moriz Piffel und Michael Lanner, Betreiber des Maßjeans-Unternehmens Gebrüder Stitich, hatten die Idee, ältere Menschen nach deren Rezepten backen, die Gäste bewirten und damit in aktiven Kontakt mit der jüngeren Generation treten zu lassen.

Alles Klischees. Die mehrfach ausgezeichnete Aktion zur Generationenverständigung findet ab kommenden Freitag eine Fortsetzung – im Jeansgeschäft der Gebrüder werden Charlotte und Hannes, so wie auch andere Senioren, an den Adventwochenenden ein Café betreiben. „Über die ‚Vollpension‘ können wir zeigen“, sagt der 61-Jährige,

„dass all die Klischees über ältere Menschen nicht stimmen müssen.“ Denn eines, darauf legt die 72-jährige Charlotte wert, müsse gesagt werden: „Alt sein heißt nicht unbedingt, dass man schwach und krank ist.“

Klar ist auch, dass sich das Bild des Alters in den vergangenen Jahrzehnten massiv gewandelt hat. Konnte man früher Menschen aufgrund des Alters grob in Lebensphasen einteilen, fällt das heute schwerer. Das erste Kind mit Mitte 20? Ja, gibt es – aber genauso gibt es Jungväter in einem Alter, in dem man früher schon am Stock ging. Gibt es 70-Jährige, die aktiver sind, als so manche 50-Jährige vor ein paar Jahrzehnten waren. All das sind Indizien dafür, dass der Begriff Alter längst nicht mehr so eindimensional gesehen werden kann, wie er es oft noch wird. Und auch dafür, dass es in nächster Zeit wohl noch zahlreiche weitere Aktionen geben wird, um Altersdiskriminierung sichtbar zu machen. Auf die „alte Schachtel“ in Graz folgt ja vielleicht bald auch irgendwo der „Tattergreis“.

Senioren und Pensionsbezieher seit 1970



* Jährliche Daten ab 2000

QUELLE: Statistik Austria // // GRAFIK: „Die Presse“ // // GK

LOKALE

Graz Journal, November 2013



Steuergeld für „Alte Schachtel“

Ich bin erschüttert, um nicht zu sagen, entsetzt. Seit Tagen zieren Plakate den Grazer Stadtkern, auf denen über dem Bild einer Frau in den besten Jahren die Frage „Alte Schachtel?“ gestellt wird.

Was bitte soll das, versuchen viele alte Schachteln in der Murmetropole seit ebenso vielen Tagen zu hinterfragen. Mit geringem Erfolg, weil wahrscheinlich auch die, die hinter der Kampagne stehen, nicht wirklich wissen, was sie tun. Warum bis dato noch keine Vertreter der (organisierten) Weiblichkeit auf die Barrikaden gestiegen sind, das kann ich absolut nicht verstehen. Ich kann auch bis dato nicht nachvollziehen, aus welchem Grund sich das „Grazer Frauenservice“ für alte Schachteln starkmacht. Beim Erklärungsversuch im ORF habe ich mich wirklich gefragt, ob es Frauen in unserer Stadt gibt, die sich angesprochen fühlen. Originalton ORF (auszugweise): „Die Aktion ist eine Kampagne gegen Klischees über das Altern und die Schönheit. Die üblichen Schönheitsklischees basieren auf dem Paradigma der Jugendllichkeit. Doch solche Leitbilder, die von einem Ablaufdatum der weiblichen Schönheit ausgehen, können auf alternde Frauen nicht nur kränkend, sondern krankmachend wirken. Darauf weist das Frauenservice Graz hin - und hat des-

halb eine Plakataktion unter dem Motto „Alte Schachtel?“ gestartet, die mit alternativen Bildern von Frauen im Alter 50+ Anstöße zur Reflexion über tradierte Klischees gibt.“ Es ist unfassbar, dass sich ein Verein für alte Schachteln den Kopf zerbricht. Und dazu noch mit Steuer-

Aufgespießt

...von Ulli Glettler

geld. Und das kommt nicht nur von alten Schachteln im Land, sondern auch von alten Männern, jungen Frauen und Herren, die sich sicher allesamt auf den Kopf greifen. Was, bitte, will man damit erreichen? Dass wir Frauen uns ab einem gewissen Alter in Schutt und Asche hüllen sollen, weil wir - ich zitiere die Aussage von Projektleiterin Djamila Rieger vom Frauenservice im ORF - Probleme mit den „Silver Ager“-Vorbildern haben, weil diesen die meisten

älteren Frauen aufgrund ihrer altersbedingten körperlichen Veränderungen kaum entsprechen können. Weitere Erklärungsversuche von Rieger möchte ich allen Frauen ersparen, weil sie eine Ansammlung von unglaublichen Plattitüden sind, die allen meinen Geschlechtsgenossinnen die Haare zu Berge stehen lassen. Ich freue mich wirklich, dass wir in der Steiermark keine anderen Sorgen haben, als Freud und Leid von alten Schachteln plakativ zu hinterfragen. Meine Damen, lassen wir uns das nicht gefallen. Frauen in einem gewissen Alter verfallen keinesfalls in tiefste Depressionen, wenn sie weibliche Schönheiten in Gazetten oder auf Plakaten erblicken. Ganz im Gegenteil, Frauen mit Intellekt wollen nicht mit 50 wie 30 aussehen, sondern den Charme der Jahre ausstrahlen. Dafür halten sie sich gerne fit, achten auf ihr gutes Aussehen und landen auch nicht auf der gesellschaftlichen Müllhalde, wie uns der Verein weis machen will. Frauen in keinem Alter brauchen Mentoren, die ihnen sagen, was für sie gut ist. Und „Alte Schachteln“ schon gar nicht.

Salzburger Nachrichten,
25.11.2013

Grazer, Beilage Grazerin,
1.12.2013



Über die Schönheit des Alters

Mit einer provokanten Plakataktion werden derzeit in Graz gängige Schönheitsklischees hinterfragt. Auf Dreieckständern finden sich Porträtfotos älterer Frauen, die mit dem Schriftzug „Alte Schachtel?“ versehen sind. „Vom schlanken Model bis zum dynamischen Silver Ager: Die medialen Bilder weiblicher Schönheit setzen alternde Frauen einem starken Druck aus“, sagt Djamila Rieger vom Verein Frauenservice Graz. Die Plakataktion bietet „alternative Schönheitsbilder“ abseits des Jugendwahns an. Bild: SN/FRAUENSERVICE



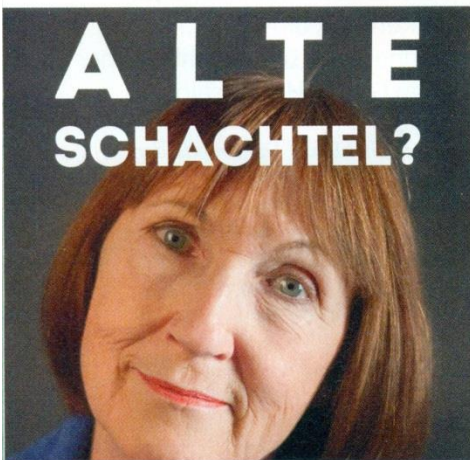
Es ist die ungeschminkte Wahrheit:

WIR SIND EINFACH ALLE SCHÖN!

Schönheit ist eine subjektive Sache. Dennoch ist unsere Gesellschaft von Schönheitsidealen geprägt. Frauen in fortgeschrittenem Alter spielen, wenn es um Schönheit geht, wenn überhaupt, dann eine Nebenrolle. Damit räumt jetzt eine Kampagne in Graz auf. Mit der provokanten Frage „Alte Schachtel?“ soll Mut gemacht werden, zur ungeschminkten Schönheit des Alters zu stehen.

Sie stehen oft noch voll und erfolgreich im Berufsleben oder sind agile, unternehmungslustige Pensionistinnen. Sie haben vielfältige Interessen, sind reiselustig, investiti-

jetzt eine aktuell in Graz laufende Kampagne unter dem Motto „Alte Schachtel?“ auf. Sie holt Frauen, die bereits das 50. Lebensjahr überschritten haben, vor die Linse – ungeschminkt, ohne Botox und Co., so, wie das Leben sie gezeichnet hat. Mit dem Ziel, so Projektleiterin Djamila Rieger, „mit einem provokativen Ansatz zum Nachdenken anzuregen, Schönheitsideale und Stereotypen bezüglich Alter und Altern zu hinterfragen.“ Die Plakate sollen einerseits ältere Frauen dazu ermutigen, zu ihrem Alter und ihrer Schönheit zu stehen, sie sollen aber auch junge Frauen zum Nachdenken anregen. Dahingehend, dass Schönheit sich nicht nur an einem faltenfreien Gesicht und einer makellosen, schlanken Figur festmachen lässt. Was Rieger besonders freut: „Die Telefone sind heißgelaufen, als das Frauenservice der Stadt Graz in Kooperation mit dem Frauengesundheitszentrum und der FH Joanneum Frauen ab 45 Jahren dazu aufgerufen hat, sich für diese Image-Kampagne zu mel-



onsfreudig und fühlen sich so überhaupt nicht gealtert. Sie machen die größte Gruppe in unserer Gesellschaft aus – und doch werden Frauen ab 45 in oft diskriminierender und kränkender Weise als „alte Schachteln“ abgetan. Im Beruf werden sie mitunter gegen Jüngere ausgetauscht, für die Werbung sind sie entweder nur in traditionellen Rollenbildern wie Hausfrau, Großmutter oder Köchin interessant – oder aber als sogenannte Ideal-Alte oder dynamische „Silver Ager“. Das heißt, sie werden auf jugendlich, schlank und fit getrimmt. Mit all diesen Stereotypen räumt



den. Innerhalb kürzester Zeit haben 120 Damen angerufen. Vier von ihnen sind schließlich Models für die Mitte November gestartete Kampagne „Alte Schachtel?“ geworden (drei davon siehe Fotos diese Seite). Rieger hat übrigens auch einige Tipps für Frauen in dieser Altersgruppe parat:

- * Soziale Kontakte pflegen!
- * Sich nicht entmutigen lassen, aktiv am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen!
- * Freundinnen und Freunde haben!
- * Sich etwas suchen, für das man Feuer und Flamme sein kann – begeistert sein!
- * Dinge tun, auf die man Lust hat, auch wenn sie unüblich für das jeweilige Alter sind!
- * Sich pflegen – aber nicht auf jung trimmen!
- * Sich klar machen: Schönheit liegt in der Präsenz!
- * Sich sagen: Ich bin wie ich bin!

FOTOS: FH JOANNEUM, FRAUENSERVICE, KK, XPRESS



Djamila Rieger, 60, ist Projektleiterin der Kampagne ALTERnative Frauenbilder – Alte Schachtel?

dieGrazerin
UMFRAGE

WAS FINDEN SIE AN SICH SELBST SCHÖN?



JOSEFINE GRAFONER, 58, PENSIONISTIN

„Ich finde meine grauen Haare schön, die sind einfach Natur pur. Schauen aus wie frisch gemescht vom Friseur!“



MARIA SOMMER, 32, DIPLOM-KRANKENSCHW.

„Was ich an mir schön finde? Das sind auf jeden Fall meine Augen – ich mag ganz einfach ihre Farbe.“



ERNA WEGL, 66, PENSIONISTIN

„Ich mag mein Lächeln und meine Lachfalten – für die habe ich schon ganz oft auch Komplimente bekommen.“



BETTINA HAMMERL, 33, KOSMETIKERIN

„Ich finde meine Haare, also die Naturlocken schön. Die sind immer rasch in Form gebracht und schauen immer gut aus.“

Vom Ing. zum Dipl.-Ing.(FH)

berufsbegleitend in 2 Jahren mit Fernstudienelementen

Studienstart:
März 2014

Wirtschaftsingenieurwesen an der Bulme Graz

Informationsabend an der Bulme Graz:
12. Dezember 2013 - 17:00 Uhr

insgesamt 13 Studienstandorte in Österreich

03172/603 4020
info@aufbaustudium.at
www.aufbaustudium.at

in Kooperation mit der Hochschule Mittweida (D)



MARIANNE RÖCK, 56, PENSIONISTIN

„Ganz klar, meine hellblauen Augen. Für die habe ich schon in der Jugend immer wieder Komplimente erhalten.“



ALEXANDRA WEGL, 44, BÜROANGESTELLTE

„Ich finde meine weibliche Figur toll. Und außerdem meine dreifärbigen Augen – die sind grau-grün-braun, je nach Lichteinfall.“

Falter, 11.12.2013

„Ein bisschen wie eine Tarnkappe“

Die Pädagogin **Birgit Aschemann** über die Unsichtbarkeit älterer Frauen und ihr Projekt „Die Schönheit des Alter(n)s“

INTERVIEW:
GERLINDE PÖLSLER

Als wären wir noch Affen“, entfuhr es FAZ-Herausgeber Frank Schirmmayer einmal – er sprach gerade darüber, dass Frauen ab 45, also etwa dem Alter, ab dem sie sich nicht mehr fortpflanzen können, aus der öffentlichen Wahrnehmung, etwa im Fernsehen, eliminiert werden. Werden sie doch gezeigt, so meist in stereotyper Form: entweder etwas beschränkt, als schrullige Alte, oder aber super-fit. „Natürlichere Bilder gibt es kaum“, sagt die Bildungswissenschaftlerin und Psychologin Birgit Aschemann. Sie ersann das Projekt „Die Schönheit des Alter(n)s“, das via Fotos und Videos alternative Bilder älterer Frauen zeigt und in Kooperation von Frauenservice, FH Joanneum und Frauengesundheitszentrum entsteht.

Falter: Frau Aschemann, Sie haben entdeckt: Gibt man bei Google „schöner alter“ ein, wird als Erstes die Ergänzung „Mann“ vorgeschlagen. Tippt man „schöne alte“ ein, taucht alles Mögliche auf, „Schriftarten, Villen, Männer“ – aber nicht „Frau“.
Birgit Aschemann: Die Soziologin Elisabeth Hellmich drückt das so aus: Alte Frauen befinden sich an einer gefährlichen Kreuzung. Sie werden sowohl als Frauen als auch wegen des Alters diskriminiert und besonders stark in die Unsichtbarkeit gedrängt. Das führt dazu, dass ältere Frauen sich älter fühlen als gleichaltrige Männer. Zum einen werden Frauen traditionell nicht über ihr Tun dargestellt, sondern über ihr Aussehen. Zum anderen steigen sie am Ende ihrer Berufslaufbahn anders als viele Männer kaum in Machtpositionen auf und sind stärker von Armut betroffen. Und weil es unter den Alten mehr Frauen gibt, werden sie zu Repräsentantinnen für alles, was wir fürchten: Einsamkeit, Armut, Verfall.

Wie kamen Sie auf die Idee zu Ihrem Projekt?
Aschemann: Ich habe das Thema in



Birgit Aschemann: Älterwerden kann für Frauen auch entlastend sein

meinem Umfeld sehr stark wahrgenommen. Wir sollen uns ja alle als Dauerbaustelle begreifen. Man darf nicht einfach entspannt alt werden, sondern hat agil zu bleiben und jugendlich auszusehen. Wir haben unsere vier Kampagnen auch an 140 Leuten von der Straße vorgetestet. 90 Prozent fanden das Anliegen, andere, entspanntere Bilder vom weiblichen Alter zu vermitteln, sehr oder eher gut.

Welche Unterschiede gab es zwischen Frauen und Männern?

Aschemann: Frauen stimmten dem Anliegen signifikant stärker zu als Männer, und zwar in allen Altersgruppen. Eine der Kampagnen werden wir allerdings nicht schalten, da sie im Pretest frauenfeindliche Äußerungen ausgelöst hat: Wir haben von mehreren Frauen je ein natürliches und ein stark retuschiertes Foto nebeneinander gestellt, und da haben ein paar Männer gesagt: „Na, so kann man doch noch was draus machen!“ Oder: „Da hilft das Retuschieren auch nichts mehr.“

Wer sind denn die Frauen, die sich zu Ihrem Projekt gemeldet haben?

Aschemann: Manche, die sich zuerst informiert haben, hat abgeschreckt,

das sie sich einer Öffentlichkeit aussetzen sollten. Jene, die jetzt teilnehmen, sind teils sehr selbstbewusst. Eine typische Aussage war: „Ich erlebe viel zu oft meine eigene Unsichtbarkeit, und mit dem gängigen Schönheitsideal bin ich nicht einverstanden.“ Und: „Ich möchte zu einem anderen Bild beitragen.“

Wie äußert sich die „Unsichtbarkeit“?

Aschemann: Alte Frauen sind sowohl in Informations- als auch in Unterhaltungsmedien klar unterrepräsentiert. Wenn sie doch gezeigt werden, dann als problembehaftet. Frauen spüren aber auch selbst, dass sie auf der Straße nicht mehr wahrgenommen werden. Ich kann das bestätigen: Bis



Das Projekt „ALTERnative Frauenbilder“ zeigt realistische Bilder älterer Frauen

vor kurzem hatte ich meine Haare gefärbt, jetzt trage ich die natürliche Farbe, Grau. Und das ist ein bisschen wie eine Tarnkappe. Ich erlebe aber auch das Positive daran: Man tritt komplett aus jeglichem Girlie-Image heraus.

Es hat also auch etwas Entlastendes?

Aschemann: Zumindest für mich ist es so. Im Job gibt es Situationen, wo es ganz hilfreich sein kann, vielleicht als Zeichen von Reife interpretiert wird. Auch wenn es diesen „double standard of ageing“ gibt: Bei Männern gelten graue oder weiße Haare als Zeichen von Erfahrung und Würde, bei Frauen werden sie eher als Verlust von Attraktivität und als Entsexualisierung empfunden. Ich selbst spüre beide Aspekte deutlich. Und unsere Projektteilnehmerinnen äußern auch einen Aspekt der Entlastung: „Jetzt kann ich endlich sein, wie ich bin, äußere Ansprüche tangieren mich nicht mehr so.“

Haben sich deren Haltungen auch durch das Projekt verändert?

Aschemann: Ja. Unsere Evaluierung ergab, dass sie sich dadurch gestärkt und von Äußerlichkeiten unabhängiger fühlen. Auch die Studentinnen, die mit ihnen gearbeitet und sie fotografiert haben, sagen, ihr Blick auf ältere Frauen und öffentliche Bilder habe sich verändert. In ihrem eigenen Umgang mit Schönheitsnormen und ihrem eigenen Aussehen haben sie leider von wenig Veränderung berichtet.

Das haben Sie ja als Ergebnis vieler Studien festgestellt: dass zwar die meisten Frauen Jugendlichkeitsideale kritisch sehen, sich persönlich dennoch nicht davon lösen können.

Aschemann: Ja, der vermeintliche Verzicht auf eine bestimmte Attraktivität und Rolle fällt sehr schwer. Da geht es schon an die Essenz, da zeigt sich, was man sonst im Leben an Identität entwickelt hat. Man kann sich aber schützen, durch alles, was Ressourcen und Identität aufbaut: durch jede Tätigkeit, jede Beteiligung, jede Reflexion und jeden Austausch.