

Alternative  
FRAUENBILDER

# Wanderausstellung



FH JOANNEUM  
Informationsdesign

frauengesundheitszentrum



ZWEI UND MEHR  
GENERATIONEN



Das Land  
Steiermark

→ Bildung, Familie und Jugend

## Impressum

Herausgabe, Verlag, f.d.l.v.:

**Verein FRAUENSERVICE Graz**

8020 Graz, Lendplatz 38, Tel: 0316/716022, Fax: DW 8

MO - DO 8:30 - 14:00 und FR 8:30 - 13:00 h

[office@frauenservice.at](mailto:office@frauenservice.at) | [www.frauenservice.at](http://www.frauenservice.at)

Redaktion: Djamila Rieger

Graz, April 2014

## Inhalt

Begegnung.....	4
Vorwort.....	4
Wanderausstellung ALTERnative Frauenbilder .....	6
Die Ausstellung.....	6
Projekt ALTERnative Schönheit .....	7
Die Medienkampagnen.....	8
Evaluation im Projekt ALTERnative Schönheit.....	13
Die Beteiligten .....	16
Die Kooperationspartnerinnen.....	16
Die Studierenden des Studiengangs Informationsdesign.....	20
Die Frauenmodelle.....	26
Auswahl aus dem Pressespiegel .....	43
Zum Abschluss .....	45

## Begegnung

alte  
dein schmunzelndes faltengesicht  
glättet meine seele  
  
deine welken hände  
geben mir kraft  
  
dein krummer rücken  
richtet mich auf  
  
deine wachen augen  
weiten meinen horizont  
  
deine klugen worte  
öffnen mein herz  
  
ich  
wandere weiter  
deine zeitlose schönheit in mir  
frei mein blick weit mein herz leicht mein schritt

*Ulrike Toth, ALTERnative Frauenmodelle*

## Vorwort



### Provokation macht Mut

Das Projekt ALTERnative Schönheit setzt mit verschiedenen Kampagnen einen provokanten und befreienden Kontrapunkt zu den traditionell hochgebügelten Medienbildern älterer Frauen.

Ein zutiefst feministisches Projekt, denn es gibt Frauen die Selbstbestimmung über ihren Körper zurück, setzt auf Echtheit und Authentizität, ist humorvoll, sensibel, tiefgründig und vor allem widerspenstig.

*Frauen ermutigt euch – ihr seid schön (genug)!*

Der besondere Dank des Frauenservice gilt daher allen mutigen Frauen, die sich auf die Bühne der Kontroversen wagten, den Studierenden der FH-Joanneum, die gemeinsam mit den Frauenmodellen verschiedene Kampagnen kreativ und kompetent unter der Leitung von FH-Professorin Melitta Moschik ausarbeiteten, Rita Obergeschwandner vom Frauengesundheitszentrum für ihre Expertise und ihr Input zu den Auswirkungen von Schönheitsidealen auf die Gesundheit von Frauen, meinen Kolleginnen Birgit Aschemann für die Projektidee und die wissenschaftliche Begleitung und Djamila Rieger, die mit Herzblut, Begeisterung und Engagement diesem Projekt Führung und Kontinuität verlieh. Dem Land Steiermark danken wir für die finanzielle Ermöglichung des Projektes.

*Mag.<sup>a</sup> Sigrid Fischer, Frauenservice Geschäftsführung*



Foto: Mang

### **Alter und Schönheit?!**

Als Landesrat für Bildung, Familie und Jugend lautet mein Ressortmotto „begegnen – begeistern – bilden“! Dafür steht auch das Projekt „ALTERnative Schönheit“.

Kampagnen wie beispielsweise „ALTE SCHACHTEL?“ schaffen Begegnungen mit der Problematik des Älterwerdens und weisen mit Begeisterung, Provokation und Humor auf die Aktualität hin. „ALTERnative Schönheit“ und die derzeitige Wanderausstellung sind wertvolle Beiträge, um die Thematik „Natürliche Schönheit im Alter“ in einer breiten Öffentlichkeit darzustellen und die persönliche Bildung und das Selbstbild älterer Menschen zu stärken.

Ich danke dem gesamten Projektteam für das Engagement – verbunden mit der Bitte, auch in Zukunft einen wertvollen Beitrag für das Altern in Zufriedenheit zu leisten!

*Mag. Michael Schickhofer  
Landesrat für Bildung, Familie und Jugend*



### **Rollen- und Geschlechterstereotypen aufbrechen**

Es ist unser gemeinsames Ziel in der Steiermark, Rollen- und Geschlechterstereotype aufzubrechen und Altersdiskriminierung entgegenzutreten. Denn nur dann, wenn es keine generalisierenden Zuschreibungen für einzelne Gruppen gibt, sondern jeder Mensch als wertvolles Individuum mit einer persönlichen Geschichte gesehen wird, leben wir in einer Gesellschaft, die den Menschen gerecht wird.

Herzlichen Dank dem Frauenservice Graz für die Umsetzung der Wanderausstellung „ALTERnative Frauenbilder“. Diese ist ein wichtiger Beitrag, um Bewusstsein für eine aus meiner Sicht sehr wichtige Thematik zu schaffen: Wir leben in einer Zeit, wo sich viele Menschen an (oft vermeintlichen) Schönheitsidealen orientieren. Der Weg zum Schönheitswahn ist leider allzu oft nicht weit. Es gilt, an diesen Normen und Vorgaben, denen mittlerweile Menschen jeden Alters „hinterherhecheln“, aufzubrechen und zu hinterfragen.

Dabei wünsche ich als steirische Frauenlandesrätin viel Erfolg!

*Dr.<sup>in</sup> Bettina Vollath  
Landesrätin für Finanzen, Integration und Frauen*

## Wanderausstellung ALTERnative Frauenbilder



### Die Ausstellung

Mit dem Ziel, zur Sichtbarkeit und authentischen Darstellung von älteren Frauen in der Öffentlichkeit beizutragen, greift die Wanderausstellung ALTERnative Frauenbilder ein gesellschaftlich relevantes Thema mit hohem Aktualitätsbezug auf. Die Kampagnen, die in sieben Projektteams unabhängig voneinander entwickelt wurden, zeigen unterschiedliche Zugänge und Bearbeitungen des Themas, die gerade in ihrer Vielfalt einen breiten Blick ermöglichen und zum Entwickeln eines eigenen Standpunkts zu Alter und Schönheit anregen.

Koordination: Djamila Rieger

Konzeption, Gestaltung  
der Begleitmappe, Umsetzung: Vilja Neuwirth , Ulrike Toth

Unterstützung bei Konzept,  
Herstellung und Organisation: Arbeitsgruppe Wanderausstellung:  
Marija Hrzenjak, Monika Hubmann, Sigrid  
Klempa, Gertraud Kornberger, Sunna  
Stallmaier, Adelheid Weber

Ideen und Gestaltung der  
Kampagnen: FH JOANNEUM, Studiengang Informationsdesign





## Die Medienkampagnen



### ALTE SCHACHTEL?

Plakatkampagne mit 4 Sujets

Ziel der Kampagne:

- Sichtbarmachen von älteren Frauen
- Anregung zur Reflexion von Klischees und Zuschreibungen
- Ermutigung zur eigenen Schönheit

Von Nov.2013 bis Jänner2014 in Graz auf Dreieckständern plakatiert, Freecards waren in der ganzen Steiermark aufgelegt, zahlreiche Medienberichte.

Die Kampagne verfolgt einen provokativen Ansatz, sie will aufrütteln und zum Nachdenken anregen.

Starkes Medienecho und viele Anfragen bestätigen die Brisanz des Themas. Die Rückmeldungen reichen von begeisterter Zustimmung bis zu kritischer Hinterfragung, die häufig Gespräche und Diskussionen auslöst. Nicht von allen wird der Plakattitel „ALTE SCHACHTEL?“ als Frage und als Aufforderung verstanden, sich selbst eine Meinung zu bilden.

Rückblickend würden wir das Fragezeichen stärker betonen, damit es nicht übersehen wird.



### Denkanstoß zur eigenen Reflexion:

Welcher Aussage würden Sie/würdest du eher zustimmen:

Die „ALTE SCHACHTEL?“-Kampagne ärgert mich, weil doch wieder ein negativer Ausdruck für ältere Frauen verwendet wird.

oder: Die „ALTE SCHACHTEL?“-Kampagne ist für mich ein gelungener Anstoß zum Nachdenken über das Älterwerden.



### FALTENGESCHICHTEN

Anzeigenkampagne mit 7 Sujets

Ziel der Kampagne:

- Sichtbarmachen von älteren Frauen
- Falten als sichtbare Spuren des Alterungsprozesses sind positiver Ausdruck von Lebenserfahrung

Große Postkarten von 4 Sujets wurden seit März bei Veranstaltungen verteilt, eine Crowdfunding-Aktion erreichte nicht das Finanzierungsziel. Veröffentlichung in der Zeitschrift der Katholischen Frauenbewegung Oberösterreich, ganzseitige Anzeige im Mai in „Medizin populär“ (Schwerpunktthema Schönheit)



Die „Faltengeschichten“ zeigen die Gesichter von Frauen von 54 bis 76 Jahren, ganz ohne Lifting, Botox oder nachträgliche Retusche. Statt die Falten zu verstecken, sind sie auf den Porträts mit realen Ereignissen aus dem Leben der jeweiligen Frau beschriftet.

Falten als sichtbare Spuren des Alterungsprozesses sind kein Schönheitsmakel, sie sind positiver Ausdruck von Lebenserfahrung.

„Um den Bann zu brechen, der die älter werdende Frau in den Medien trifft, müssen wir sie zeigen und so die Sehgewohnheiten ändern.“

(aus *Mutprobe. Frauen und das höllische Spiel mit dem Älterwerden* von Bascha Mika)

### Denkanstoß zur eigenen Reflexion:

Sind Frauen wirklich frei, selbst zu entscheiden, wie sie mit den Veränderungen Ihres Körpers umgehen? Was bedeuten die Anzeichen des Älterwerdens im Beruf, im Alltag, in der Wahrnehmung der anderen?

Welche Produkte und Angebote der Schönheitsindustrie würden Sie / würdest du verwenden - und welche nicht: Anti-Aging-Creme, Haarfarbe, Schminke, Lifting, Botox-Spritze, Schönheits-Operation?



### EIN BILD VON EINER FRAU

Plakatkampagne mit 4 Sujets

Ziel der Kampagne:

- Gesellschaftliches Bewusstsein erzeugen für die Tatsache, dass jede Frau einzigartig und wertvoll ist. Nicht nur junge, auch ältere Frauen sind *bildschön* - auf ihre individuelle Art.

Im Rahmen der Wanderausstellung erstmals zu sehen

„Ein Bild von einem Mann“ ist eine Redensart, die einen besonders schönen oder ansehnlichen Mann bezeichnen soll. Viel seltener wird dieser Ausdruck für eine Frau angewendet.

Die Kampagne greift das auf und nimmt „das Bild von einer Frau“ wörtlich, indem es die Frau in einen Rahmen stellt und so ihre natürliche Schönheit würdigt und hervorhebt. Durch die exklusive Umrahmung der einzelnen Bilder werden sie zum Blickfang und somit zum individuellen Exponat. Die Einzigartigkeit jedes Frauenbildes wird dadurch bewusst wahrgenommen.

Diese Stilisierung zu einem *Vor-Bild* oder *Modell-Bild* wird ironisch durchbrochen durch die Beine der Frau, die außerhalb des Rahmens sichtbar sind und darauf verweisen, dass die Person nicht auf den abgebildeten Aspekt und Ausschnitt reduziert werden kann.

**Denkanstoß zur eigenen Reflexion:**

Welche Frauen aus deinem /Ihrem Bekanntenkreis oder aus der Öffentlichkeit sind für dich /für Sie Vorbilder?

Haben Sie /hast du schon einmal von jemand gesagt, sie ist *ein Bild von einer Frau*?



**RETUSCHE**

Anzeigenkampagne mit 6 Doppelbildern

Ziel der Kampagne:

- Sensibilisierung für die Sehgewohnheiten, die auf Makellosigkeit, Perfektion und Jugendlichkeit konditioniert sind.

Im Rahmen der Wanderausstellung erstmals zu sehen

Die Kampagne stellt jeweils ein stark retuschiertes Porträt einer unverfälschten Darstellung derselben Frau gegenüber.

Das kann als Kritik an der in den Medien gängigen Praxis der Bildbearbeitung verstanden werden, bei der angebliche Schönheitsmängel wie Falten oder Muttermale entfernt und damit auch die Persönlichkeit und Individualität des Fotomodells geglättet und den normativen Vorgaben angepasst wird.

Diese Praxis ist so verbreitet, dass unser Schönheitsempfinden dadurch nachhaltig beeinflusst wird. Es ist ähnlich wie bei der Ernährung: wer immer wieder zu Fertigprodukten mit viel Zucker und künstlichen Geschmacksstoffen greift, wird bald nur noch diesen industriell veränderten Geschmack gut finden. Bei Bildern können wir oft selbst gar nicht entscheiden, welche wir, zB auf Plakatwänden, zu Gesicht bekommen. Die Idealbilder von Frauen sind an Jugendlichkeit und Makellosigkeit orientiert, und um uns selbst schön zu fühlen, glauben wir, ihnen entsprechen zu müssen.

Die Bilder wollen dazu ermutigen, unsere Sehgewohnheiten zu hinterfragen und die Schönheit in den natürlichen vom Leben gezeichneten Gesichtern zu sehen, anstatt in künstlichen Artefakten.

**Denkanstoß zur eigenen Reflexion:**

Würden Sie Ihr Bild / würdest du dein Bild lieber retuschiert oder natürlich der Öffentlichkeit präsentieren?



## VIELFALT

Plakat und Folder-Kampagne mit 6 Sujets

Ziel der Kampagne:

- Ältere Frauen werden in ihrer Unterschiedlichkeit gezeigt  
Im Rahmen der Wanderausstellung erstmals als Plakat und als Falter zum Mitnehmen präsentiert

Die Kampagne zeigt 6 Frauen von 54 bis 76 Jahren, jeweils mit einem Lieblingsprodukt. Ihre Freude daran ist auf den Fotos sichtbar.

Ältere Frauen werden so als Individuen dargestellt, die verschiedenen Interessen nachgehen und ihre eigene Schönheit auf ihre eigene individuelle Weise leben und interpretieren.

### **Denkanstoß zur eigenen Reflexion:**

Welchen Gegenstand würden Sie/würdest du zum Fototermin mitnehmen?



## DETAILS

Postkarten-Kampagne mit 7 Sujets

Ziel der Kampagne:

- Empowerment und Ermutigung  
Im Rahmen der Wanderausstellung erstmals zu sehen

Die Bildserie zeigt die Lieblingskörperstellen von 5 Frauen zwischen 52 und 76.

Schön zu sein und sich schön zu fühlen hat mit der Liebe zum eigenen Körper zu tun – egal, in welchem Alter.

### **Denkanstoß zur eigenen Reflexion:**

Welche Körperstelle zeigt am besten deine/Ihre individuelle Persönlichkeit und Schönheit?

## VIDEOCLIPS

<b>Ein Bild von einer Frau</b>	1 Film	00:42	Eigentlich sind es vier Frauen, die sich einzeln und gemeinsam in den Rahmen stellen – und so mit viel Schwung und Begeisterung ein ermutigendes Beispiel geben, wie ein Bild von einer (älteren) Frau aussehen kann.
<b>Lebensfreude</b>	1 Film	00:46	Freude und Spaß am Leben machen uns glücklich, attraktiv und somit schön. Medien erzählen uns oft eine andere Geschichte. Sie zeigen uns die vermeintlichen Fehler in unseren Gesichtern und lassen uns glauben wir müssten diese kaschieren. Aber wir wollen uns nicht verstellen oder verbergen. Wir wollen wahrgenommen werden als das, was wir sind: Einzigartig schöne Frauen in jedem Alter und in jeder Lebensphase, mit viel Lebensfreude.
<b>Schau auf das Besondere</b>	1 Film	00:25	Es sind nicht das Alter, das Äußere oder die Falten, die das Individuum ausmachen. Der Videoclip, der für den Infoscreen optimiert ist, ermutigt, auf das Besondere zu schauen, das die Frau ausmacht.
<b>Vielfalten</b>	2 Filme	00:16 00:19	Aus einem unbeschriebenen Blatt entsteht Vielfalt, und Elefant und Kranich teilen ihre Altersweisheit mit der Frau, die zu ihren Falten steht.
<b>Mit versteckter Kamera</b>	3 Filme	02:02 02:54 03:00	Drei ALTERnative Frauenmodelle befragen im Grazer Stadtpark, in der Sporgasse und in der Schmiedgasse Passantinnen und Passanten über ihre Meinung zu Alter und Schönheit, bzw. Schönheitsoperationen. Erstaunliche Einsichten und köstliche Szenen!
<b>Dauer Gesamt</b>	<i>ca.</i>	<b>10:30</b>	<b>Minuten</b>

## Evaluation im Projekt ALTERnative Schönheit

Stand: April 2014

### Die Evaluation

Die Evaluation zum Projekt wird vom Fachbereich Forschung des Frauenservice (Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Birgit Aschemann) durchgeführt.

Sie umfasst

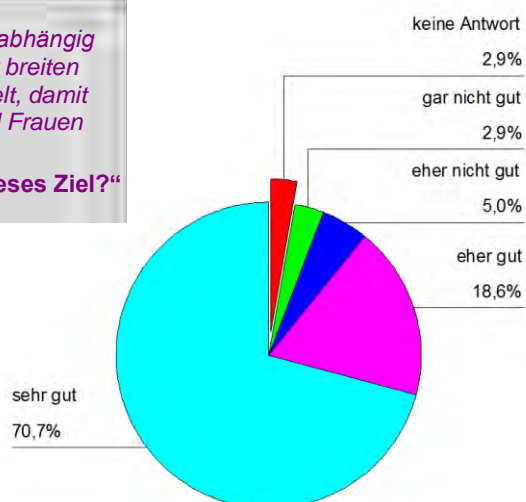
- einen Pretest der erarbeiteten Kampagnen (als Grundlage für die Umsetzung)
- eine Evaluation der beiden Entwicklungsdurchgänge aus Sicht der Frauenmodelle und der Studierenden
- eine Wirkungsevaluation (zur erzielten Sensibilisierung) gegen Projektende

### Der Pretest zu den ersten vier Kampagnen

Die Wirkung dieser Kampagnen wurde vom Forschungsbereich des Frauenservice mit Beteiligung von Studierenden der Universität Graz in einem Pretest überprüft. Die Ergebnisse lieferten Einschätzungen von rund 140 Personen aus unterschiedlichen Altersgruppen und Regionen und damit wichtige Hinweise für die Auswahl der umgesetzten Kampagnen (eine der Kampagnen wurde bewusst nicht lanciert). Insbesondere die Kampagne „Leben macht schön“ und der Folder „Im allerbesten Alter“ wurden von den Befragten als besonders sympathisch, natürlich und ermutigend wahrgenommen; die Kampagne „Alte Schachtel?“ dagegen etwas provokanter (was sich auch in der Umsetzung bestätigte). Frauen fühlten sich insgesamt stärker angesprochen als Männer.

*„Es ist Ziel der Kampagne, auf das Thema Frauen und Alter unabhängig von den gängigen Klischees aufmerksam zu machen und einer breiten Öffentlichkeit ein positives Bild vom weiblichen Alter zu vermitteln, damit Männer und Frauen gängige Schönheitsideale überdenken und Frauen jeden Alters selbstbewusst zu sich stehen.“*

**„Wie finden Sie dieses Ziel?“**



## Die Evaluation der beiden Entwicklungsdurchgänge durch Frauenmodelle und Studierende

Nach beiden Entwicklungsdurchgängen wurden jeweils die Frauenmodelle und die beteiligten Studierenden nach ihren Erfahrungen im Projekt befragt. Mit Stand von April 2014 ist die erste Erhebung ausgewertet, die zweite ist noch in Bearbeitung.

Die Auswertungen nach der ersten Durchführungsrunde zeigten, dass die Frauenmodelle mit recht unterschiedlichen Erwartungen an das Projekt herangegangen waren, wobei „Neugier“ und Offenheit dominierten. Mit dem Ergebnis (den eigenen Bildern) waren die Frauen im Durchschnitt zufrieden, 53% sogar sehr zufrieden. Vor allem beschrieben die Frauenmodelle Veränderungen in der eigenen Einstellung: dabei stand eine kritischere Wahrnehmung öffentlicher Frauenbilder in der Werbung im Vordergrund; dazu kam ein positiveres Bild vom Älterwerden und ein entspannterer Umgang mit Schönheitsnormen („*Mein Selbstbewusst-sein wurde sehr gestärkt. Danke!*“). Die Begleitung durch das Frauenservice wurde ausnahmslos positiv beschrieben.

Den Studierenden fiel es überwiegend leicht, sich mit dem Auftrag zu identifizieren. Die meisten von ihnen hatten sich bereits vor der Lehrveranstaltung mit dem Thema „Frauen und Alter“ oder mit dem Thema „Schönheitsideale“ beschäftigt; dennoch gaben sie zu 90% an, dass sie im Zuge des Projekts noch (viel) Neues zu den angeführten Themen dazu gelernt hatten. Mit der eigenen Lösung (Kampagne) waren sie überwiegend (sehr) zufrieden. Ihre eigene Wahrnehmung von öffentlichen Frauenbildern wurde durch die Projektarbeit ebenfalls kritischer und ihr Bild von älteren und alten Frauen positiver. Der Austausch mit den älteren Frauen (Modellen) wurde von den Studierenden zu 95 % positiv beschrieben („*Die Zusammenarbeit mit den Models war großartig, es war für mich sehr aufregend und spannend.*“).

## In Arbeit: Die Wirkungsevaluation

Eine Wirkungsevaluation aller Produkte aus dem Projekt ist derzeit in Arbeit und wird bis Ende 2014 fertiggestellt sein. Die Reichweite und die qualitative Wirkung der Kampagnen (und damit die erreichte Sensibilisierung) sollen so überprüft werden.

Geplant sind dafür

- eine Wirkungsevaluation zur Kampagne „Alte Schachtel?“ durch Straßenbefragungen
- eine statistische Auswertung der Crowdfunding-Kampagne auf [startnext.at](http://startnext.at)
- eine qualitative Evaluation der Kampagne „Leben macht schön“ (bei Zustandekommen)
- eine Vorab-Befragung im Gruppensetting zu den Youtube-Videos
- eine (überwiegend quantitative) Auswertung der Resonanz zu den Youtube-Videos
- eine (überwiegend quantitative) Auswertung der Facebook-Resonanz
- ein Fragebogen für die BesucherInnen der Wanderausstellung
- eine (überwiegend quantitative) Auswertung zu den sonstigen Werbeträgern (T-Shirts)



## Abgeschlossen: Die Wirkungsevaluation der Kampagne „Alte Schachtel“

100 Personen wurden in Form von Straßenbefragungen in Graz zur Kampagne befragt, nachdem die Plakate für rund zweieinhalb Monate an 20 Standorten im Stadtbild sichtbar gewesen waren.

Die Kampagne „Alte Schachtel?“ war für den Beginn ausgewählt worden, um aufzurütteln und zum Nachdenken anzuregen (provokativer Ansatz).

Die Evaluationsergebnisse bestätigten, dass genau dieses Ziel erreicht wurde. Die Bild-Text-Kombination wurde zu rund 43% positiv empfunden, zu rund 30% negativ und zu rund 27 % (neutral): der Slogan „Alte Schachtel?“ wurde mehrfach kritisch kommentiert oder als abwertend empfunden. Gleichzeitig fühlten sich rund 73% der Befragten von der Kampagne zum Nachdenken angeregt.

Der Wiedererkennungswert der Kampagne (Recall) fiel mit 56% ebenfalls zufriedenstellend aus.





## Die Beteiligten

### *Die Kooperationspartnerinnen*

Auf den nächsten 3 Seiten stellen sich die Institutionen vor, die das Projekt ALTERnative Schönheit als Partnerinnen umsetzen:

- Idee, Konzeption und Einreichung kommen vom **Frauenservice Graz**, das auch die Projektkoordination innehat.
- Am **Studiengang Informationsdesign der FH JOANNEUM Gesellschaft mbH** werden die Informationskampagnen erarbeitet.
- Das **Frauengesundheitszentrum** trägt die Expertise zum Thema Schönheit und Gesundheit bei.





Djamila Rieger,  
Projektleitung



### Altersstark

In meiner Arbeit mit den Frauenmodellen habe ich haut- und hirn-nah erlebt, wieviel Kraft, Ideenreichtum und Kreativität in Frauen über 50 steckt, wieviel Aufgeschlossenheit und Offenheit für neue Entwicklungen, wieviel Engagement und Lust, sich einzubringen und aktiv mitzuwirken. Einer Gesellschaft, die ältere Frauen abschiebt und ignoriert, geht ein enormes Potenzial verloren. Das muss sich ändern! Im Frauenservice arbeiten wir daran.



Birgit Aschemann,  
Projektentwicklung, Evaluation

### Die Idee zum Projekt

Die Idee zum Projekt ALTERnative Schönheit wartete schon einige Jahre vor seiner Umsetzung im „Ideenspeicher“ des Fachbereichs Forschung im Frauenservice: Zu viele Frauen in unserer unmittelbaren Umgebung klagten über ihre mit dem Alter zunehmende „Unsichtbarkeit“, wollten sich nicht von öffentlichen Zuschreibungen zur „Dauerbaustelle“ machen lassen, vermissten aber gleichzeitig ein anderes – positives, entspanntes und natürliches, vielfältiges Bild vom weiblichen Alter(n).

Die dominierenden, normativ festgesetzten Bilder von „Schönheit“ wirken auf alternde Frauen kränkend und krankmachend. Gleichzeitig sind Frauen in diesen Prozessen Betroffene und Akteurinnen zugleich, was in der Fachwelt mit den Begriffen Doing Gender, Doing Bodyfication und Doing Age beschrieben wird: durch das alltägliche und von gewohnten Verhaltensmustern geprägte Tun reproduzieren auch wir selbst die Stereotype des sozialen Geschlechts, der Körperlichkeit und des Alter(n)s. Uns selbst kommt auch die Fähigkeit zu, alternative, gesundheitsfördernde Bilder zu entwickeln. Und diese Bilder brauchen wir, um uns auch als alte Frau in der eigenen Haut wohl zu fühlen.

Die Einreichung war eine wunderbare Gelegenheit, mit älteren und jüngeren Frauen im generationenübergreifenden Dialog und gemeinsam mit Projektpartnerinnen mit hoher spezifischer Expertise an diesem Thema zu arbeiten – insofern übertraf er unsere Wünsche.

Und was wir erwartet hatten traf zu: viele Frauen die vom Projekt hörten fühlten sich stark angesprochen und schlossen sich dem Anliegen ideell an.



**FH-Prof. Mag. Melitta Moschik**

Projektbetreuung - Studiengang Informationsdesign FH JOANNEUM GmbH

## **Fragen der Wahrnehmung und Reflexion der Wirklichkeit**

Die Gestaltung alternativer Frauenbilder war keine leichte Aufgabe für Studierende, zumal das gängige Bild der Frau im Alter von 50+ ein durch die Medien sehr klischeehaft definiertes ist. Die entwickelten Plakat- und Medienkampagnen zeigen authentische, unkonventionelle und humorvolle Bilder von älteren Frauen, die Mut zur Selbstreflexion, Identifikation und Positionierung in der Gesellschaft machen.

Der intensive Dialog zwischen den Generationen war bei diesem Projekt eine besondere Herausforderung und Möglichkeit für die Studierenden, ihre Ideen und gestalterischen Kompetenzen einzubringen und die persönlichen Sichtweisen der Frauenmodelle zu diesem Thema in eine visuell lesbare Form zu bringen.

Die gemeinsame inhaltliche und konzeptuelle Reflektion wurde vom Frauenservice Graz und dem Frauengesundheitszentrum begleitet und hat allen Projektpartnerinnen den Betrachtungswinkel auf diese Thematik sehr erweitert.



frauengesundheitszentrum



### **Rita Obergeschwandner, Frauengesundheitszentrum**

Gut aussehen war immer wichtig. Historisch und interkulturell unterscheidet sich, was als „gut“ angesehen wurde. Es war aber noch nie so bedeutsam und lukrativ wie heute. Kosmetik-, Schönheits- und Bekleidungsindustrie sichern ihre Marktanteile und prägen das heutige Schönheitsideal „jung, schlank und fit“ zu sein.

Schönheitsideale werden über Bilder transportiert, mit denen wir tagtäglich an jeder Straßenecke konfrontiert werden. Diese Bilder werden zu nahezu 100 Prozent bearbeitet. Vor ihrem glanzvollen Auftritt müssen diese Fotos die Retuscheabteilung passieren – da wird geschnipselt, ausradiert und schlank gemacht! Diese Bilder wirken unmittelbar.

Darstellungen von älteren Frauen findet man kaum. Wenn ältere Frauen auf Bildern vorkommen, sind sie etwa als jugendliche Ideal-Alte bis zur Unkenntlichkeit retuschiert. Oder bilden Stereotypen ab, wie etwa „die schrille alte Frau“ oder die „die weise Oma, die sich im Haushalt auskennt“.

Diese Bilder können ältere Frauen kränken. Sie sind in jedem Fall herabsetzend.

Das Frauengesundheitszentrum arbeitet seit Jahren auf unterschiedlichen Ebenen zum Thema Schönheit. Mitarbeiterinnen stärken etwa Frauen in Beratungen, führen Workshops mit Schülerinnen durch, informieren in Vorträgen, arbeiten als Expertinnen an Foldern und Spots mit und sind Gesprächspartnerinnen bei Diskussionen.

Als Expertin zum Thema Schönheit und Frauengesundheit ist das Frauengesundheitszentrum Partnerin im Projekt.

In den Vorlesungen und Workshops zum Thema Schönheit und Alter an der FH JOANNEUM überzeugten mich die vielfältigen Kampagnen der StudentInnen. In den Treffen mit den Frauen beeindruckte mich der Mut der Frauen an diesem Projekt mitzumachen.

## *Die Studierenden des Studienganges Informationsdesign an der FH Joanneum - Steckbriefe der Projektteams*

Studierende des Studienganges Informationsdesign an der FH JOANNEUM erhielten in Vorlesungen und Workshops eine Einführung in Schönheitsideale und ihre gesellschaftlichen Wurzeln und Konsequenzen, sowie in das Thema Altern. Dieser Input wurde vom Frauengesundheitszentrum eingebracht, und der Fokus dabei auf genderspezifische Aspekte und den Zusammenhang von Schönheit und Gesundheit gerichtet.

In Teams entwickelten die Studierenden, die sich für die Mitarbeit im Projekt entschieden hatten, im Rahmen ihres Studiums und unter der fachkundigen Leitung von Professorin Moschik die Kampagnen. Die Vorstellungen und Konzeptideen wurden abgeglichen, die Entwicklung der Imagekampagnen erfolgte in einem generationsübergreifenden Austauschprozess mit den Frauenmodellen ab 50 Jahren.

Insgesamt haben im Sommersemester 2013 und im Wintersemester 2013/14 26 Studierende in 7 Teams am Projekt mitgewirkt.

Auf den nächsten 5 Seiten stellen sich 5 Teams mit ihren Zugängen und Sichtweisen vor.



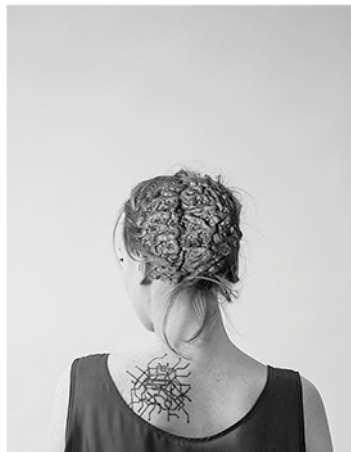
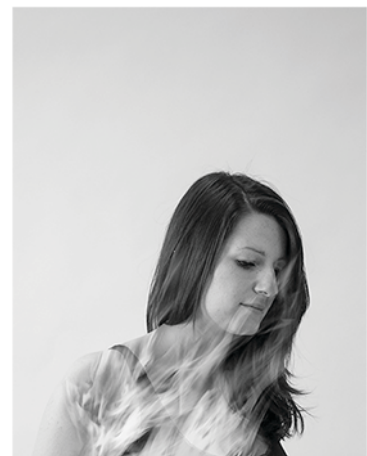
Auch eine FH-Studierende, die am Projekt beteiligt war:  
**Theresa Ganotz**, Studentin der Sozialarbeit, hat im Rahmen ihres 3-Monats-Praktikums im Projekt mitgearbeitet.  
Das Foto zeigt sie souverän mitten im Workshop-Geschehen.



# ALTE SCHACHTEL?

Grundsätzlich wollen wir mit diesen Sujets den Betrachter zum Nachdenken bewegen, wie ältere Frauen in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden. Bedient haben wir uns dabei einer Kombination zwischen Text und Bild, die ineinander wirken. Zwischen dem persönlichen, sympathisch wirkenden Bild und der provokanten Frage entsteht ein gewisser Konflikt, eine gewisse Spannung, ein Denkanreiz. Die Sujets liefern keine Antworten, sondern jeder ist selbst gefordert sich Gedanken darüber zu machen. *Die Gestaltung ist plakativ und reduziert auf das Wesentliche.*

Die Fotos sind bis auf kleine Helligkeitskorrekturen unbearbeitet bzw. unretuschiert. Wir wollten die Modells so darstellen wie sie sind und damit die Vielfalt des Menschen wiedergeben. Dabei wollten wir bewusst den gängigen Bildern von Schönheit, im Sinne von Jugendlichkeit/Markellosigkeit und retuschierten, leeren Gesichtern, wie man sie in der Werbung findet, entgegen wirken. Wir wollten ein alternatives Frauenbild zeigen und zum Überdenken von Schönheitsidealen anzuregen.



Martina Kogler, Joseph Thanhäuser, Barbara Haupt, Martina Winkler, Lisa Gaugl, Susanne Schmid (von links oben nach rechts unten)

An dem Projekt beteiligt waren:

Barbara Haupt (23): Konzept, Fotografie und Print- Design

Lisa Gaugl (23): Konzept, Fotografie und Print- Design

Martina Kogler (23): Konzept, Print- und Editorial

Susanne Schmid (22): Konzept, Print- und Editorial Design

Joseph Thanhäuser (23): Konzept, Print- und Editorial Design

Martina Winkler (22): Konzept, Fotografie und Print-Design

# EIN BILD

## VON EINER FRAU

Wir nehmen „Alternative Frauenbilder“ wörtlich und rücken die Frau im Alter in einen besonderen Fokus. Ein goldener Bilderrahmen als Gestaltungselement für das Fotoshooting setzt die Frauen als lebensfrohe Persönlichkeiten in den Vordergrund. Das Projekt hat sich als interessante Herausforderung mit beiderseitigem Mehrwert erwiesen.

### **Das Team**

Lisa Obenauf: Konzept, Grafik Design, Editorial Design

Maximilian Schmid: Konzept, Fotografie, Grafikdesign

Sara Wilfling: Konzept, Grafik Design, Print Design

### **Dankeschön an unsere Models**

Sigrid, Maria, Heidrun, Ulrike





# Schau auf das Besondere

Lebenslinien sind etwas sehr individuelles. Alles erlebte spiegelt sich im Gesicht eines jeden Menschen wieder und dadurch wird sowohl der Lebensweg, wie auch die Einzigartigkeit und Vielfalt hervorgehoben - die Persönlichkeit steht im Vordergrund!

Ich bin mehr als mein Äußeres  
Ich bin mehr als meine Falten  
Ich bin mehr als mein Alter!



Ein Projekt in Zusammenarbeit mit StudentInnen der  
FH JOANNEUM Graz und dem Frauenservice Graz



Julia Überbacher, Micol Magnani, Lisa Faustmann  
Konzept, Fotografie & Film

## **VIELFALT LEBEN**

Ältere Frauen werden in unserer Gesellschaft meistens stereotyp dargestellt.

Mit unserem Projekt wollen wir zeigen, dass die Lebenswelten dieser Frauen genauso bunt und vielfältig sind, wie jene der jüngeren Generationen. Im Video wird mit dem Wort Vielfalt gespielt, viele Falten sollen von den oft negativen Assoziationen gelöst werden und in ein anderes Licht gerückt werden. Aus einem unbeschriebenen Blatt Papier entwickelt sich durch viele Faltungen ein einzigartiges Origamiobjekt.

Konzept, Film und Schnitt erstellten Klara Vith und Katja Mock.



# leben macht schön

Wir wollen vor allem Frauen durch unsere Projekte erreichen, da sie sich selbst in ihrer Haut wohler fühlen und schön finden sollten. Denn erst auf diese Weise können sie anderen dieses Gefühl vermitteln und anderen die Möglichkeit geben, ihre Schönheit zu sehen.

Außerdem wollen wir die Falten von ihnen rein negativen Konnotationen befreien und ihnen ihre Begründung durch das Leben als Spuren von aufregenden, aufreibenden oder auch alltäglichen Erlebnissen zurückgeben.

an den Projekten waren vor allem beteiligt:

Valentina Boscolo (31): Konzept, Print- und Web-Design, besonders Editorial Design

Johanna Kompacher (24): Konzept, Illustration, vor allem Text

Anna Rohner (25): Konzept, Print-Design, besonders auch Text und Fotografie

Philipp Schwarzbauer (22): Konzept, Print-Design, Fokus auf Grafik



Georg Habermann, Anna Rohner, Valentina Boscolo, Johanna Kompacher, Philipp Schwarzbauer  
(von links nach rechts)

## Die Frauenmodelle

**Gesucht:**  
**Frauen-Modelle für Imagekampagne**  
**Die Schönheit des Alter(n)s - ALTERnative Frauenbilder**

→ Für das Projekt ALTERnative Schönheit sucht das Frauenservice Graz Frauen ab 45, die Interesse zeigen, ein neues Bild von Schönheit und sich selbst als Modell zu erforschen und an einer Medienkampagne mitzuwirken.

Die Projektleiterin Djamila Rieger will Frauen ermutigen: „Wir wenden uns ausdrücklich auch an deutlich ältere Frauen, es gibt keine Altersgrenze nach oben! Auch Frauen mit Behinderung, Frauen aus verschiedenen Kulturen, Frauen mit unterschiedlichen Lebens- und Einkommenssituationen wollen wir ansprechen, um die große Vielfalt der Frauenbilder wiederzugeben.“

Als das Frauenservice im Februar 2013 über eine Presseaussendung Frauen ab 45 als Rollenmodelle für die ALTERnative Schönheit suchte, war uns nicht klar ob sich überhaupt Interessentinnen für das Projekt finden würden.

Erfreulicherweise war das Interesse groß, und so konnte im März 2013 die erste Runde mit 24 Teilnehmerinnen starten. Beim zweiten Durchlauf im Herbst war ein Teil der schon erfahrenen Frauenmodelle wieder dabei, und einige Neueinsteigerinnen kamen dazu. Insgesamt haben 32 Frauen mitgemacht, 26 waren bis zum Ende dabei und haben an der Entwicklung der Kampagnen mitgearbeitet. Sie sind zwischen 52 und 76 Jahre alt, zu 66 % in Pension, fast 1/3 von ihnen lebt mit Behinderungen oder chronischen Krankheiten und 9 % haben nicht deutsch als Muttersprache.

Alle Frauen haben sich von Anfang an damit einverstanden erklärt, dass ihre Fotos im Rahmen der erarbeiteten Kampagnen zur Veröffentlichung zur Verfügung stehen – eine Entscheidung, die beträchtlichen Mut erfordert.

Darüber hinaus haben die Frauen viel Zeit investiert und sich mit sehr viel Engagement, Begeisterung und Know-how in die Entwicklung der Kampagnen eingebracht.

Viele Rückmeldungen zeigen, dass sie von den Vorbereitungsworkshops profitiert und die Kooperation mit den FH-Studierenden sehr geschätzt haben. So konnten die Frauenmodelle nicht nur wertvolle Lebenserfahrung einbringen, sondern auch neue Erfahrungen sammeln.

Auf den folgenden Seiten stellen sich Teilnehmerinnen auf ihre ganz persönliche und individuelle Weise vor und machen so auch die Vielfalt innerhalb der Frauengruppe sichtbar, die für uns alle bereichernd und belebend war.



DANI PFLÜGER

Geboren 27.3.1937 in Kärnten, geschieden, 3 Kinder -  
mein ältester Sohn starb vor 2 1/2 Jahren.

Ich war im Landeskrankenhaus als medizinisch-technische Assistentin  
bis zur Pensionierung tätig.

Meine Interessen sind vielfältig. Unter anderem: Chorsingen, Patchworken, Nordic  
Walking, Italienisch lernen.

Ich war neugierig, was mir und anderen Frauen zum Thema "Alternative Schönheit"  
einfallen würde und es war sehr interessant, was dabei heraus kam.





CHARLOTTE

Mein Name ist Charlotte, ich bin 76 Jahre und ich habe das Glück, neben meinen 3 Kindern noch 4 Enkelkinder umarmen zu können.

Rückblickend auf über 55 Ehejahre sehe ich darunter auch Kampfjahre.

In meiner Generation gab es viele Vorkämpferinnen für bescheidenen Freiraum und Selbstbestimmung für uns Frauen. Beim Mann und den Eltern herrschte dafür allerdings Unverständnis.

Für meine Kinder ist das heute nicht mehr vorstellbar, denn diese Generation bewegt sich schon auf Augenhöhe mit dem Partner.

Das schönste Geschenk, das Eltern bekommen können war, als mein ältester Sohn einst sagte:

„Vater, ich bekomme alles zurück was ich dir angetan habe“

☺ der Kreislauf des Lebens ☺

p.s.: das Foto zeigt mich in voller Konzentration beim Tarockspielen



HEIDRUN GOLLESCH, 71

*Mein Lebensmotto:*

*Lächeln, Lachen, Lieben,  
Lernen ein Leben lang =  
LEBENSFREUDE*

Dipl.-Päd. Mag. phil. Heidrun Gollesch, geb. 1943 in Graz als einziges Kind; Vater hat mich nie gesehen, er fiel zwei Monate nach meiner Geburt.

Tätigkeit als VS- u. Hauswirtschaftslehrerin und Direktorin; Lehrtätigkeit in Japan; Kursleiterin beim Steirischen Volksbildungswerk und am Retzhof, Studium der Volkskunde und Europ. Kulturanthropologie, Uni Graz; Inhaberin der Wartinger Medaille (Steirische Landeskunde). Als Jägerin bin ich Obmannstv. im Museumsverein des Jagdmuseums Schloss Stainz; Redaktionsmitglied der SCHULE (Zeitschrift des LSR für Stmk); Mutter von zwei erwachsenen Kindern; zwei Enkelkinder; geschieden und zum 2. Mal verheiratet.

Teilnahme am Projekt EIN BILD VON EINER FRAU, Betreuung durch Lisa, Sara und Max, Studierende der FH Joanneum:

Durch das Projekt soll die Tatsache, dass jede Frau EINZIGARTIG und WERTVOLL ist, gesellschaftlich bewusst gemacht werden. Nicht nur junge Frauen, sondern auch ältere Frauen sind BILDSCHÖN – auf ihre individuelle Art. Durch die exklusive Umrahmung der einzelnen Bilder werden sie zum Blickfang und somit zum individuellen Exponat. Die Einzigartigkeit jedes Frauenbildes wird dadurch bewusst wahrgenommen.

Die Aussage, die durch das Projekt "Ein Bild von einer Frau" vermittelt werden soll: Schönheit ist individuell und speziell – sie verdient es, entdeckt und präsentiert zu werden, um sie hervorzuheben und für alle sichtbar zu machen.





ULRIKE TOTH, 70

Seit ich in Pension bin, hole ich Versäumtes nach und bin dadurch u.a. zum Weitwandern, Ballon fahren, Theater spielen, Märchen erzählen und Schreiben gekommen. Ich treffe mich einmal im Monat mit einer Gruppe Frauen zwischen 50 und 87 Jahren zum Schreiben und Vorlesen. Seit einem Jahr leite ich selbst eine Schreibwerkstatt für SeniorInnen unter dem Motto: „Schreibend einen Bogen spannen von der Vergangenheit in die Gegenwart“.

War mein Hauptberuf noch Mutter und Hausfrau im 6-Personenhaushalt – ich stieg erst mit 47 Jahren wieder ins öffentliche Berufsleben ein – so unterstütze und bestärke ich heute zusammen

mit meinem Mann (wir haben 5 Enkelkinder) gerne unsere Schwiegertöchter u. Söhne, damit diese einige Erleichterungen haben, Familienleben und Beruf unter einen Hut zu bringen.

Durch das Projekt ALTERnative Schönheit mein Karrieresprung ☺ mit 70: durfte ich (Bild oben) in dem Musik-Stück „Bilder einer Ausstellung“ (Produktion der *Compagnie Fantastique*), als Rahmenfigur *nur vor* dem Bilderrahmen agieren, so bot man mir hingegen bei der der Projektarbeit **EIN BILD VON EINER FRAU** einen Platz als Hauptperson *mitten im* goldenen Bilderrahmen an! Ich meldete mich für die Mitarbeit am Projekt ALTERnative Schönheit einerseits wegen der Thematik an, andererseits freute ich mich auf die Gelegenheit der Zusammenarbeit mit jungen Menschen.

#### **Zu den Projekten:**

Mein Leben ist voll Vielfalt, daher meine Entscheidung für die Projektarbeit mit Katja und Klara zum Thema **FALTEN–ENTFALTUNG–VIELFALT (Origami)**.

Für **EIN BILD VON EINER FRAU** (Projekt von Lisa, Sara und Max) stieg ich gerne in den Bilderrahmen. Ich freue mich, mitwirken zu können, dass das Bild der Frau ab 50 vor der Öffentlichkeit ins rechte Licht gerückt wird, um aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet zu werden.

Die Zusammenarbeit mit den Studierenden der FH Joanneum/Informationsdesign hat mir Spaß gemacht und ich war von dem Einfühlungsvermögen und der Professionalität der jungen Leute sehr beeindruckt.



MARIJA HRZENJAK, geboren 1945 in Zagreb.

Seit 1966 lebe ich in Graz und bin schon seit 8 Jahren in Pension. Davor habe ich 18 Jahre lang in der Elektrotechnik gearbeitet.

Ich habe 3 Kinder, die jetzt erwachsen sind, und ich war sehr lange nur Mama.

Zum Projekt bin ich zufällig gekommen und weil ich so neugierig bin, habe ich mitgemacht. Ich habe mich schon immer für Frauenanliegen interessiert. Und ALTERnative Schönheit, denke ich, ist als Thema gut, wenn es uns ältere Frauen zeigt, um damit auch anderen Mut zu machen.

Wir sind da und wir haben viel zu sagen. Auch wir haben Wünsche, aber wir haben auch viel Erfahrung und Wissen, welches wir weiter geben wollen.

Meine Hobbys sind lesen, ins Theater gehen und nach Möglichkeiten reisen. Ich mache auch Gymnastik, gehe schwimmen und lerne eine Fremdsprache, um auch in reiferen Jahren körperlich und geistig fit zu bleiben.



GERTRAUD 68

**"ALTER native SCHÖNHEIT" – WORDRDRAP**

A LTER  
B ILDER  
C AMERA  
D IVERSITÄT  
E RFOLG  
F ALTENGESCHICHTEN  
G RAZER FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM  
H OCHSCHULE  
I DEEN  
J UNGGEBLIEBENE  
K AMPAGNE  
L EBEN  
M ODELLE  
N ATÜRLICHKEIT  
O RIGAMI  
P ROJEKT  
Q UERDENKERINNEN  
R EPORTAGE  
S CHÖNHEIT  
T EAMARBEIT  
U NIVERSITÄT  
V ERSTECKTE KAMERA  
W ESENTLICHES WIRKT  
X ENOPHILIE  
Y IN  
Z EITUNG



Foto Margit Kundigraber

#### INGRID ENGE

Ich bin 65 Jahre alt und seit 8 Jahren in der nach-beruflichen Zeit. 2013 habe ich das Diplomstudium der Philosophie abgeschlossen und bereite mich nun auf eine Dissertation im Themenbereich des Alter(n)s vor. Meine Interessen richten sich, neben der Beschäftigung mit der Philosophie, vor allem auf meine Familie, auf den kulturellen Bereich und auf ein gesundes Leben.

Ich denke, dass die Schönheit des Alters nicht einfach an der Oberfläche zu sehen ist, sondern sie sich durch das gelebte Leben zeigt. Schönheit des Alters muss eine Schönheit der Unvollkommenheit sein und darf keine bloße Fortschreibung der Schönheit der Jugend sein. Schönheit im Alter zeigt sich als Einklang von Innen und Außen und als Offenheit gegenüber der Welt.

Aus diesen Gründen habe ich als Modell beim Projekt ALTERnative Schönheit mitgemacht und vor allem in der Zusammenarbeit mit den jungen und älteren Frauen viel Freude erlebt.





BEA FASOLT  
65

Ich bin im jugendlichen Mittelalter, also 65 Jahre "jung". Habe mehrere spannende Berufe erlernt und war längere Zeit selbstständig. Dazwischen hatte ich berufliche Pausen, die mit Familienarbeit und Ausbildungen im Bereich holistischer Gesundheit ausgefüllt waren. Seit über 40 Jahren bin ich verheiratet und habe drei Töchter und zwei allerliebste Enkelkinder.

Das Projekt Alternative Schönheit hat mir gute Einblicke in generationsübergreifende Gedanken und Aussagen von Frauen mit 50+ ermöglicht.

Das Älterwerden sehe ich jetzt für mich als selbstverantwortliche Chance, um mit Hilfe natürlicher, bioenergetischer Gesundheitsmittel geistig und körperlich bis ins hohe Alter fit bleiben zu können. Alternative Schönheit bedingt für mich auch körperliche und seelisch-geistige GESUNDHEIT.

Stimmt die Lebensqualität, so hat man auch Freude am Leben.

Ich bin neugierig und lernfreudig in Richtung „Alternative Gesundheit und Alternative Schönheit und habe dahin gehend bereits eine Ausbildung gemacht. So schaue ich gerne in die Zukunft und freue mich darauf, in meinem neuen beruflichen Umfeld netten Menschen begegnen zu können.

Ich habe mich für die Mitarbeit beim Projekt ALTERnative Schönheit gemeldet, weil mich die Thematik angesprochen hat und ich gerne gemeinsam mit gleichgesinnten Menschen sinnvollen Tätigkeiten nachgehe. Die Arbeit mit den Studierenden der FH (Projekt FALTEN-ENTFALTUNG-VIELFALT) hat mir viel Freude und Spaß gemacht.



VILJA NEUWIRTH - (K)EINE ALTE SCHACHTEL

Als Pensionistin, die keine Sekunde Langeweile verspürt, reise und fotografiere ich gerne, mache Neues aus Altem, gestalte Ausstellungen, entwerfe und nähe einen Großteil meiner Kleidung und pflege meinen Freundeskreis. Mit Hilfe des Internets finde ich günstige Flüge und Unterkünfte und unternehme vieles mit FreundInnen und auch allein.

Städte sind meine Leidenschaft und wann immer ich kann, erkunde ich sie per pedes, mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Rad. Dabei erweitere ich mit der Kamera meine Fotoserien, die ich dann auch immer wieder mal ausstelle. Manchmal bin ich auch mit dem Tretroller unterwegs und wenn mich Passanten schief anschauen, lächle ich sie einfach an. „Die Gnade des Alters“ bringt es mit sich, dass man heute Dinge tun kann, für die (man) frau sich früher vielleicht geniert hätte.

Ich muss niemandem mehr etwas beweisen, weiß genau, was ich kann, aber auch, wo meine Grenzen sind. Das heißt aber nicht, dass ich nicht noch sehr viel Neues probieren und kennenlernen möchte! Alt ist man erst dann, wenn man nicht mehr neugierig ist.

Seit vielen Jahren gestalte ich regelmäßig eine live-Sendung beim freien Grazer „Radio Helsinki“. Ich sende Musik aus allen Richtungen, gebe Kulturtipps und lade oft und gerne Gäste aus den verschiedensten Bereichen ein, um mit ihnen über aktuelle Themen zu plaudern. Das alles kann man auf 92,6 MH im Raum Graz bzw. auf live-stream auch im Internet verfolgen.

Beim Projekt „Alternative Schönheit“ habe ich mitgemacht, weil ich auf die praktische Umsetzung der Idee durch die StudentInnen der FH und auch auf die anderen Teilnehmerinnen gespannt war.

Gestört hat mich dann allerdings die Überschrift „Alte Schachtel“ über den Fotos, die beim ersten Projektergebnis auf Plakat-Ständern in der Öffentlichkeit zu sehen waren, denn für mich ist dieser Begriff leider negativ besetzt. Zumindest ein Fragezeichen davor und danach hätte ich mir gewünscht. Dementsprechend gab es auch aus dem Kreise meiner Bekannten erst mal einige negative Rückmeldungen, da alle zunächst nur auf die Überschrift achteten. Doch das legte sich mit der Zeit und bald kamen nur mehr positive Reaktionen.

Insofern hat der erste Teil des Projekts „Alternative Schönheit“ wohl sein Ziel erreicht.



ROSALINDE VIDIC, 63 JAHRE

Bin 63 Jahre jung/alt – je nach Stimmung – und lebe in Graz. Seit drei Jahren in Pension war ich vorher über 25 Jahre für die Organisation eines zeitgenössischen Musikfestivals zuständig und bin nach wie vor eine begeisterte ZuhörerIn von alter und neuer Musik.

Ich kann mich nun verstärkt meiner größten Leidenschaft, dem Tanzen, widmen, d.h. ich besuche mindestens 1 – 2x wöchentlich einen Tanzkurs für griechische Volkstänze und lasse auch sonst wenige Gelegenheiten zum Tanzen aus. Ich lese gerne und versuche auch meine kreativen Seiten wieder zu aktivieren, z.B. mit fotografieren, malen, basteln, nähen etc.

Das Projekt „Alternative Schönheit“ hat mich deswegen interessiert, weil ich wissen wollte, wie andere Frauen mit dem Thema „Älterwerden“ umgehen und ich habe festgestellt, dass wir alle durchaus positiv dazu stehen, dass wir nach wie vor lustvoll durchs Leben gehen und auch als „alte Schachteln“ noch immer sehr viel bewegen können!





MONIKA HUBMANN, 61 Jahre

Ich bin seit 40 Jahren verheiratet, habe eine Tochter mit 40 und einen Sohn mit 34 Jahren. Für die Erziehung meiner Kinder blieb ich zu Hause und führte den Haushalt.

Ab meinem 40. Lebensjahr habe ich einige Ausbildungen gemacht, unter anderem zur Ordinationshilfe und für Shiatsu.

Shiatsu- Behandlungen gebe ich heute noch und es macht viel Spaß.

Meine Freizeit gestalte ich mit Golfen, Walking, Wandern, Schwimmen und ich reise sehr viel.

Mir macht es große Freude neue Kulturen und Länder zu erleben.

Ich habe bei diesem Projekt deshalb mitgemacht um zu zeigen, dass wir älteren Frauen noch sehr viel bewegen und am Leben Spaß haben können.

Mich würde es freuen, wenn wir ältere Menschen von der Gesellschaft nicht in die Ecke gestellt würden, sondern unsere Erfahrungen auch auf alternative Art an die Jugend weitergeben könnten.

Ich hoffe, diese Wanderausstellung regt zum NACHDENKEN an.



MICHAELA MAYER – MICHNAY

KOSTÜMDESIGN und TEXTILKUNST

Geboren am 2. Juli 1955 in Graz in eine Künstlerfamilie  
Diplomstudium für Bühnenbild und Kostümgestaltung

1982 Geburt des Sohnes Jakob

1980 – 2001 als Kostüm- und Bühnenbildnerin im Dienst der Vereinigten Bühnen Graz. Als Kostümbildnerin im Spektrum zwischen Konvention und Avantgarde war ich auch an zahlreichen Uraufführungen des steirischen Herbstes bzw. szenischen Produktionen der styriarte beteiligt.

Seit 2002 war ich international und freischaffend für namhafte männliche Regie-Zampanos und deren Erfolgsbiografien als Kostümbildnerin tätig. Ich hatte die Biografien von Bühnenfiguren zu finden und auf der Bühne nachzuvollziehen, was meinen Beruf über 40 Jahre spannend und erfüllt gestaltete.

Daneben entwickelte sich meine Liebe für Tango und Textile Kunst, die mir die Balance zwischen Selbstdarstellung und Kontemplation ermöglichten.

Meine eigene Biografie und das Älterwerden verarbeite ich in meiner textilen künstlerischen Arbeit, von der mich nur mehr Zeit oder körperliche Beschwerden abhalten können.

Am Projekt ALTERnative Frauenschönheit interessierte mich zunächst die Perspektive von Frauenschönheit ohne die Brille eines männlichen oder weiblichen Regisseurs oder von (Massen-) Medien ..... was leider nur bedingt gelungen ist: Schönheit entsteht immer im "Auge des Betrachters", der meistens von Zeitgeist geprägt ist.

Meine Hoffnung sind junge engagierte Augen, die Altes neu sehen lernen .....



HEIDI W.

Ich heiße Heidi und habe bei dem Projekt „ALTERnative Schönheit“ mitgemacht, weil Frauen ab 50 teilnehmen sollten. Ich hatte noch nie vorher gehört, dass ältere Frauen gesucht würden, um das Bild der Frau im reiferen Alter zu zeigen.

Studierende der FH haben von uns Aufnahmen gemacht und ich habe mich für das Teilprojekt „ALTE SCHACHTEL?“ entschieden, da der Slogan etwas provokant ist und . . .  
. . . weil ich mich auch schon einmal als alte Schachtel fühlte, die dann entsorgt wurde!

Ich hoffe, dass das Projekt dazu anregt, dass Frauen von 50+ in der Gesellschaft und im Berufsleben wieder mehr geschätzt werden.



SIGRID KLEMPA

Durch die Teilnahme am Projekt "Alternative Schönheit" bzw. "Alternative Frauenbilder" möchte ich einen Beitrag leisten, dass sich die Wahrnehmung bezüglich älterer Frauen in unserer Gesellschaft wandelt und alternative Frauen-Bilder in ihrer Schönheit wahrgenommen und verankert werden.

### Schönheit

**S-** selbstbewusst  
**C-** charmant  
**H-** herzlich  
**Ö-** öffentlich präsent  
**N-** natürlich  
**H-** humorvoll  
**E-** empathisch  
**I-** interessant  
**T-** tolerant

### ALTERNATIVE

**A-** aktiv  
**L-** liebenswert  
**T-** teamfähig  
**E-** ehrlich  
**R-** risikofreudig  
**N-** nervenstark  
**A-** attraktiv  
**T-** tatkräftig  
**I-** ideenreich  
**V-** vielseitig  
**E-** eloquent

### Frauenbilder

**F-** filmreif  
**R-** revolutionär  
**A-** alltagstauglich  
**U-** unangepasst  
**E-** empfindsam  
**N-** neugierig  
**B-** begeisterungsfähig  
**I-** idealistisch  
**L-** liebevoll  
**D-** durchsetzungsfähig  
**E-** elegant  
**R-** redegewandt





MARIA O., 57

Geboren 1957, an einem Tag im September als die Sonne aufging.

Ich habe einen wundervollen Sohn, der sein eigenes Leben lebt.

Meine berufliche Arbeit fand handwerklich und künstlerisch hinter der Bühne statt.

Körperlich, psychisch auf dem Prüfstand, bis ins Extrem, aufgefordert, aus dem Funktionieren, den Vorgaben der Gesellschaft und den überholten Glaubensmustern herauszutreten.

An mir zu arbeiten, mein Leben zu Überdenken, neu auszurichten, was bedeutet es, worin liegt der Sinn? Ich fange vermehrt an mit mir zu arbeiten, die Freuden, die Schönheit des Lebens wahrzunehmen und meinen Blick auf beide Seiten der mich begleitenden Situationen zu lenken.

Das Projekt ALTERnative Schönheit mit seiner doppelten Thematik kam gerade zur rechten Zeit.

Provokant zu sein, „Alte Schachtel?“ Was bedeutet es für mich? Es entstand „Lebensfreude = Schönheit“, ein Video, in dem ich über mich selbst lachen kann.

Ich habe den Mut aufgebracht, mich zu zeigen, auf die Bühne meines Lebens zu treten:

Vor den Vorhang.



gesellig  
sportbegeistert  
umsichtig



schreiben  
dichten  
tanzen

ERIKA THIER (55), Sekretärin

#### ALTERnative Schönheit

In der ersten Staffel ALTERnative Schönheit 2013 habe ich mitgewirkt, weil das Thema ebenso brisant wie auch sehr komplex ist. Vor allem halte ich es für wichtig, der Schönheitsindustrie entgegen zu wirken. Schlimm finde ich den bereits eingesetzten Jugend- und zum Teil bereits schon Kinderwahn, an sich herum schnippeln zu lassen. Das führt dazu, dass die Individualität verloren geht und alle irgendwie gleich aussehen.

Jede einzelne Frau ist schön, auch wenn sie den vorgegebenen Normen der Gesellschaft nicht entspricht. Jede Frau hat etwas Schönes an sich, seien es ihre Augen, Hände, ihr Lächeln und ihre Ausstrahlung oder wie sie sich gibt. Wie wir wissen, trägt auch die innere Ausgeglichenheit zur Gesamterscheinung bei.

Am Ende liegt die Schönheit doch im Auge des Betrachters/der Betrachterin.

Ich wünsche der Projektleiterin Djamila Rieger viel Erfolg und hoffe, dass sie durch ihr Wirken die Menschen zum Nachdenken anregen und den ein oder anderen zum Umdenken bewegen kann.

## Auswahl aus dem Pressespiegel

Frauen-Modelle für Imagekampagne gesucht

### Für ein etwas anderes Verständnis von Schönheit

Für das Projekt ALTERnative Schönheit sucht das Frauenservice Graz Frauen ab 45, die Interesse zeigen, ein neues Bild von Schönheit und sich selbst als Modell zu erforschen und an einer Medienkampagne mitzuwirken. Es gibt keine Altersgrenze nach oben!

Projektleiterin Djamila Rieger: „Wir wenden uns ausdrücklich auch an deutlich ältere Frauen, Frauen mit Behinderung, aus verschiedenen Kulturen, mit unterschiedlichen Lebens- und Einkommenssituationen, um die große Vielfalt der Frauenbilder wiederzugeben.“ Projektstart war am

1. Februar, die Laufzeit endet nach zwei Jahren. Die Gruppe der Frauenmodelle startet mit dem ersten Workshop am 22. Februar, ein Einstieg ist noch möglich. Informationsveranstaltung am 15. Februar, 14 Uhr, Frauenservice – Café Palaver, Lendplatz 38. Anmeldung: 0316/ 71 60 22.

Kronenzeitung 14.02.2013

### „Alte Schachtel?“ Frauen 50+ im Fokus

Eine Kampagne von FH-Studenten rückt Schönheit im Alter in den Blickpunkt.

● Falten auf der Strin und um die Augen, graue Haare? Menschen mit Gesichtern und Körpern, die von ihren Leben erzählen, sind auf Plakaten selten zu sehen. Besonders ältere Frauen sind in der Bilderflut von Photoshop-Schönheitsidealen kaum präsent. „Ältere Frauen sind unterrepräsentiert und werden nur in beschränkten Rollen gezeigt, etwa als Pflegefälle“, sagt Djamila Rieger vom Frauenservice Graz. Das könnte sich nun ändern: Mit dem Frauengesundheitszen-

trum und der FH Joanneum entsteht eine Kampagne, die Frauen über 45 Jahre in den Fokus rückt. 18 Frauen in einem Alter bis 67 Jahren werden dabei von Informationsdesign-Studenten authentisch in Szene gesetzt. „Wir wollen einer breiten Öffentlichkeit ein positives Bild von weiblicher Schönheit im Alter vermitteln“, sagt Rieger. Vier Kampagnen werden bis 2015 erarbeitet. Die erste wird Mitte November präsentiert. Wie sie aussieht? Plakate zeigen Frauen in Nahaufnahme, gespickt mit provokanten Slogans wie: „Alte Schachtel?“ Danach soll eine Onlinekampagne folgen, die nun an der FH entsteht. „Wir wollen dazu anregen, über Ideale nachzudenken.“ **E. Pötler**

Woche 25.09.2013



Grazerin 01.12.2013

### 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

Kleine Zeitung 13.11.2013



## „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 Schirrmacher 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 superfit. „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 Frauenseminar, 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,

dass 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 jugendliche Ideale 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.

Falter 11.12.2013

## „Falten müssen nicht versteckt werden“

Imagekampagne „Faltengeschichten“: Wie sich Frauen über 50 gegen den Jugendwahn zur Wehr setzen

MARTIN BEHR

GRAZ (SN). Die provokante Plakataktion „Alte Schachtel“, die Porträts von älteren Frauen in der Öffentlichkeit zeigte, hat – wie berichtet – in der Stadt Graz für einige Diskussionen gesorgt. In einem weiteren Schritt des Projekts „ALTERnative Schönheit“ im Frauenservice Graz ist nun eine Inseratenkampagne zum Thema „Faltengeschichten“ geplant. „Wir zeigen die Gesichter von Frauen im Alter zwischen 57 und 78 Jahren, ganz ohne Lifting, Botox oder Retusche“, erklärt die Projektleiterin Djamila Rieger. Ziel des Vorhabens ist es, das Thema Falten zu enttabuisieren: „Falten sind nicht, wie von der Werbung vorgegaukelt, hässlich, sondern ganz normale Spuren eines Lebens.“

18 Frauen hatten sich für die „Faltengeschichten“ gemeldet, sieben wurden für die Imagekampagne in Frauenmagazinen ausgewählt. Charlotte zum Beispiel. Die 76-Jährige erläutert auf dem Sujet, wie sie zu den Falten gekommen ist. Bei den Stirnfalten steht etwa „Sohn vermisst: Freudentränen, als er wieder da ist“ zu lesen. Die 58-jährige Michaela wie-



Ungeschminkte Faltengeschichten: Frauen werden so gezeigt, „wie sie sind“. Bild: SN/FRAUENSERVICE GRAZ

derum berichtet, warum sie Augenfältchen hat: „Plötzlich Single-Mutter, trotzdem alles im Griff.“ Die Botschaft der Aktion heißt „Leben macht schön“: Falten müssen nicht versteckt werden, weil diese Spuren des Alterungsprozesses auch als positiver Ausdruck von Lebenserfahrung gedeutet werden können. „Durch die in Medien transportierten Schönheitsideale geraten immer mehr Frauen unter Druck. Schon Vierzigjährige fühlen sich mitunter unwohl, bloß weil die ersten Falten auftauchen“, berichtet Djamila Rieger.

Das vom Land Steiermark unterstützte Projekt soll über Crowdfunding finanziert werden. Bei den „Faltengeschichten“ handle es sich, sagt Rieger, um Frauenporträts, die nichts kaschieren, dafür aber zeigen, wie die Dargestellten wirklich sind und wie sie auch von der Umwelt gesehen werden möchten. „Vor dem Alter muss man sich nicht fürchten, man soll zu ihm stehen“, sagt die 67-jährige Gertraud, ein Model für die „Faltengeschichten“. Sie und ihre Kolleginnen verweisen auf die „natürliche Schönheit“: „Auch Frauen über 50 wollen an der Gesellschaft teilhaben, sichtbar sein und wahrgenommen werden.“

Salzburger Nachrichten 05.07.2014

## Zum Abschluss

Du bist so jung wie deine Zuversicht,  
so alt wie deine Zweifel.

So jung wie dein Selbstvertrauen,  
so alt wie deine Furcht.

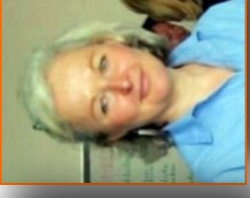
So jung wie deine Hoffnungen,  
so alt wie deine Verzagtheit.

So lange die Botschaften der Schönheit,  
Freude, Kühnheit, Größe  
von der Erde, von den Menschen  
und von dem Unendlichen  
dein Herz erreichen,  
so lange bist du jung.

Erst wenn die Flügel nach unten hängen  
und das Innere deines Herzens  
vom Schnee des Pessimismus  
und vom Eise des Zynismus bedeckt ist,  
dann erst bist du wahrhaft alt geworden.

*Albert Schweitzer*





Alternative FRAUENBILDER